

CROWDFUNDING EN MÉXICO

*Cómo el poder de las tecnologías digitales
está transformando la innovación,
el emprendimiento y la inclusión económica*



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

© **FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES**

Banco Interamericano de Desarrollo
1300 New York Avenue NW
Washington, DC 20005
www.fomin.org
mifcontact@iadb.org

Todos los derechos reservados

Aviso legal

Los resultados ofrecidos en esta base de datos han sido compilados por los autores y no reflejan necesariamente las opiniones del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Junta de Directores, o de los países que ellos representan.

Derechos y permisos

El material que se incluye en la presente publicación está protegido por los derechos de autor. La copia o difusión, total o parcial, de esta publicación sin la debida autorización puede constituir una infracción a la ley aplicable. El Banco Interamericano de Desarrollo promueve la difusión de su publicación y, por lo general, dará la autorización de reproducir parte del documento de manera inmediata.

Para citar esta publicación:

Crowdfunding en México: cómo el poder de las tecnologías digitales está transformando la innovación, el emprendimiento y la inclusión económica. 2014. Fondo Multilateral de Inversiones, Acceso a Mercados y Capacidades. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Tabla de Contenidos

Acerca del FOMIN	5
Acerca de Massolution	5
1. Resumen ejecutivo	10
2. Introducción	16
3. Metodología de investigación	20
4. Panorama del crowdfunding	24
4.1 Tipos de crowdfunding	30
4.2 Modelos de flujo de capital de crowdfunding™	32
5. Análisis del ambiente de crowdfunding mexicano	36
5.1 Ecosistemas económico y financiero	38
5.2 Infraestructura de tecnología y capacidad empresarial	48
5.3 Ambiente político	53
5.4 Ambiente normativo mexicano	56
5.5 Contexto cultural	59
5.6 El panorama actual del crowdfunding mexicano	62
5.7 Puntos de comparación: Experiencia internacional con las normativas del crowdfunding basado en acciones	67
6. Recomendaciones	70
7. Conclusiones	104
Apéndice 1. Metodología de investigación	106
Apéndice 2. Casos de uso	108
Referencias	110

Reconocimientos

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), miembro del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), solicitó la elaboración de este informe con el fin de promover el desarrollo de un entorno financiero incluyente para MIPYME y emprendedores de México. El estudio se llevó a cabo con la supervisión de César Buenadicha y Frank Hoder de la unidad de Acceso a Mercados y Capacidades del BID; Massolution, empresa de investigación y consultoría especializada en soluciones de crowdsourcing, fue la encargada de la elaboración de dicho informe.

Carl Esposti y Joseph Barisonzi, de Massolution, redactaron el texto principal de este informe. Massolution llevó a cabo la investigación de la encuesta de primera mano en la Ciudad de México, con plataformas locales de crowdfunding, negocios e instituciones públicas y privadas. Se extiende un agradecimiento especial a Pepe Villatoro de Crowdfunder.mx por su valioso apoyo al coordinar las entrevistas y brindar retroalimentación fundamental en el mismo informe. También se agradece sinceramente a las personas que han proporcionado comentarios útiles y una guía práctica: Xoán Fernández García (FOMIN), Georg Neumann (FOMIN), Guillermo Aguilar (FOMIN) y Alberto Bucardo (FOMIN).

Coordinación de Diseño: Claudia M. Sáenz (FOMIN).



Acerca del FOMIN

El Fondo Multilateral de Inversiones es miembro del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo. Fundado por 39 países donantes, el FOMIN es el fondo más grande que brinda apoyo técnico al sector privado de América Latina y el Caribe, ya que otorga más de cien millones de dólares estadounidenses al año a proyectos que llegan a más de cuatro millones de pequeños productores, empresarios y hogares pobres y de bajos ingresos. El FOMIN actúa como agente de conocimiento y como centro de una red de mil socios locales e internacionales que comparten los objetivos de desarrollo del FOMIN. Otorga donaciones, créditos e inversiones de capital con un subsidio promedio de 1,5 millones de dólares estadounidenses, y actúa como una puerta al conocimiento y la experiencia en las soluciones del sector privado para el desarrollo económico en la región. Mediante este estudio, el FOMIN tiene el propósito de cumplir su misión de fungir como un laboratorio de desarrollo para experimentar, innovar y asumir riesgos para empoderar a emprendedores dinámicos y poblaciones pobres y vulnerables.

Acerca de Massolution

Massolution es una empresa única de investigación y consultoría, pionera en el diseño y la implementación de soluciones de crowdsourcing para instituciones gubernamentales y empresas del sector privado que impulsan la eficiencia organizacional, la mejora en el rendimiento del negocio, la innovación de productos y servicios, así como la mejora en los niveles de la participación del cliente. Massolution brinda servicios de consultoría a negocios que están en el proceso de adoptar el crowdsourcing y crowdfunding; asimismo, proporciona apoyo en el diseño y la entrega de nuevos procesos de trabajo mediante soluciones de crowdsourcing. También asesora al sector público en el diseño y la implementación de políticas de empleos digitales y crowdsourcing. Massolution también dirige el sitio web de la industria principal: www.crowdsourcing.org.





Abreviaturas y acrónimos



- AMC** Asociación Mexicana de Crowdfunding
- AMIPCI** Asociación Mexicana de Internet
- BID** Banco Interamericano de Desarrollo
- CE** Capital Emprendedor
- CF** Crowdfunding
- CNBV** Comisión Nacional Bancaria y de Valores
- CONSOB** Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (Comisión Nacional del Mercado de Valores de Italia)
- C-STEP™** Crowdsourcing y crowdfunding para la transformación social y el rendimiento económico: Metodología de desarrollo de estrategias de crowdsourcing y crowdfunding de Massolution
- FINRA** Autoridad Reguladora de la Industria Financiera de USA
- FMI** Fondo Monetario Internacional
- FOMIN** Fondo Multilateral de Inversiones
- FSA** Autoridad de Servicios Financieros (Reino Unido)
- ICF** Inversionista de Crowdfunding
- INADEM** Instituto Nacional del Emprendedor
- INEGI** Instituto Nacional de Estadística y Geografía
- IPADE** Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas

(Continuación abreviaturas y acrónimos)

- ITAM** Instituto Tecnológico Autónomo de México
- LAC** América Latina y el Caribe
- MIPYME** Micro, Pequeña y Mediana Empresa
- MUSEIC** Consejo sobre Emprendimiento e Innovación entre México y Estados Unidos
- OCDE** Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos
- ONU** Organización de las Naciones Unidas
- ONUDD** Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito
- OPI** Oferta Pública Inicial
- PCF** Plataforma/Portal de Crowdfunding
- PCS** Plataforma de Crowdsourcing
- PISA** Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes
- PYME** Pequeña(s) y Mediana(s) Empresa(s)
- RSE** Responsabilidad Social Empresarial
- S. A.** Sociedad Anónima
- SAPI** Sociedad Anónima Promotora de Inversión
- SEC** Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos
- TLCAN** Tratado de Libre Comercio de América del Norte
- TPA** Tasa de Porcentaje Anual
- UNESCO** Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Glosario de términos

- Campaña de crowdfunding.** La propuesta (necesidades de financiación y propósitos de financiación), el proceso y las actividades que el propietario de la campaña realiza para recaudar capital a través de la PCF. En una campaña de crowdfunding basado en valores, esta se podría referir como la "oferta".
- Caso de uso.** Una posible o reconocida aplicación de crowdsourcing o crowdfunding que define una interacción entre un "actor" y el sistema de crowdsourcing o crowdfunding para lograr un objetivo.
- Centro de inversión.** Un modelo de flujo de capital en el que las empresas extranjeras recaudan capital de los inversionistas extranjeros mediante una PCF terciaria (p. ej., una empresa colombiana recauda fondos de inversionistas de Panamá a través de una PCF mexicana).
- Continuo de financiación.** La variación de las necesidades de financiación en las diferentes etapas del ciclo de crecimiento del negocio, desde el capital semilla hasta las diversas rondas del capital de crecimiento.
- Crowdfunder.** Un donante o inversionista que provee capital a una campaña de crowdfunding a través de una PCF.
- Crowdfunding.** Un modelo de formación de capital y participación de mercado en donde las necesidades de financiación y los propósitos de financiación se dan a conocer ampliamente a través de una convocatoria abierta, por lo general, mediante internet, y obtienen el apoyo de contribuciones colectivas de diversos donantes o inversionistas independientes.
- Crowdfunding basado en acciones.** Los inversionistas adquieren un valor a través de un instrumento accionario para una empresa mediante una PCF en línea. Los términos específicos de los instrumentos accionarios, incluidas las estrategias de salida disponibles, pueden variar según los negocios o la PCF. Esta modalidad también es denominada Crowdfunding basado en inversión en capital.
- Crowdfunding basado en deudas.** Los inversionistas reciben un instrumento de deuda que paga una tasa de interés fija (en algunos casos no se pagan intereses) y la futura amortización del capital. Intercambiable con el "crowdfunding basado en préstamos"
- Crowdfunding basado en donaciones.** En una campaña basada en donaciones, los crowdfunders donan dinero a los propietarios de las campañas y no esperan recibir un beneficio tangible de la transacción.
- Crowdfunding basado en préstamos.** Los inversionistas reciben un instrumento de deuda que paga una tasa de interés fija (en algunos casos no se pagan intereses) y la futura amortización del capital.
- Crowdfunding basado en recompensas.** Los crowdfunders prometen dinero para apoyar a los propietarios de las campañas a cambio de una recompensa específica, como una copia anticipada de un álbum por haber contribuido a una campaña que apoya la grabación del álbum de una banda.
- Crowdfunding basado en un evento en vivo.** La inclusión de un evento en vivo junto con una campaña de crowdfunding en línea (p. ej., una fiesta para el lanzamiento de un producto, un evento en vivo para la presentación de una inversión, publicidad televisiva, etc.).
- Crowdfunding basado en valores.** Un término usado para hacer referencia al crowdfunding basado en préstamos y en acciones, de manera colectiva. Intercambiable con el término "crowdfunding financiero".
- Crowdfunding financiero.** Un término usado para hacer referencia al crowdfunding basado en préstamos y en acciones, de manera colectiva. Intercambiable con el término "crowdfunding basado en valores".
- Crowdfunding nacional.** Un emisor nacional que recauda capital de crowdfunders nacionales.
- Crowdfunding no financiero.** Modelos de crowdfunding en el que los contribuyentes o donantes no esperan ningún rendimiento financiero de su participación, pese a que es probable que reciban una recompensa

específica que corresponde a una cantidad de la contribución determinada. Incluye un crowdfunding basado en donaciones y en recompensas.

Crowdsourcing. Un modelo en línea que se usa para buscar personas con experiencia para tareas relacionadas con la producción y la resolución de problemas. Con frecuencia, las labores complejas se dividen en múltiples tareas pequeñas que cada persona del grupo (crowd) puede realizar y, posteriormente, se reorganizan para obtener un producto final.

Entrada de capital extranjero. Crowdfunders extranjeros que apoyan las campañas de crowdfunding nacional.

Estrategia de salida. Un medio para dejar un contrato de participación celebrado a través de una oferta de crowdfunding en línea. Esto se puede realizar mediante la venta de una participación en el capital al valor del mercado, mediante una OPI u otros términos específicos del contrato.

Flujo de capital externo. Una empresa extranjera que recauda capital de inversionistas nacionales a través de una PCF.

Garantía. Una garantía es un instrumento financiero fungible y negociable que representa algún tipo de valor financiero. Un instrumento financiero que representa: una posición de propiedad en una sociedad que cotiza en Bolsa (acciones), una relación de acreedor con un organismo gubernamental o una sociedad (fianza) o los derechos a la propiedad, según se representa por una opción. A diferencia de los tenedores de títulos de deuda que por lo general solo reciben los intereses y la amortización del capital, los tenedores de títulos de renta variable son capaces de sacar provecho de las ganancias de capital¹.

Inversionista acreditado o calificado. Un término que se define en las leyes de valores de diversos países como los inversionistas que pueden invertir en determinados tipos de inversiones de mayor riesgo, incluido el capital semilla (seed capital), las sociedades limitadas, los fondos de cobertura, las colocaciones privadas y las redes de inversionistas ángeles. Con base en la jurisdicción particular, los individuos suelen calificar mediante los ingresos, los activos o las características cualitativas.

Modelos de crowdfunding. Los términos establecidos para definir las relaciones y las responsabilidades de las partes en una campaña de crowdfunding, incluidas las PCF, los crowdfunders y los propietarios o emisores de las campañas. Por lo general, los términos se basan en la naturaleza de la compensación esperada por las contribuciones de la campaña, en caso de que hubiere. Existen cuatro tipos de modelos de crowdfunding principales: los modelos basados en donaciones, en recompensas, en préstamos y en acciones.

Objetivo del crowdfunding. La cantidad de capital que el propietario o emisor espera recaudar en una campaña específica. A menudo, las PCF mantienen los fondos en garantía hasta que se alcanza el objetivo.

Parte interesada. Un individuo o entidad que puede afectar o verse afectado por la industria de crowdfunding.

Plataforma de crowdsourcing. Un sitio web para encontrar perfiles que empaten y cumplan con las demandas laborales mediante la provisión de un mercado laboral digital en línea.

Plataforma híbrida. Una PCF que ofrece más de una opción de crowdfunding (es decir, donde los crowdfunders pueden apoyar las campañas basadas en donaciones y en recompensas)

Plataforma/portal de crowdfunding. Un sitio web que comercializa las ofertas/campañas específicas, recibe contribuciones individuales de financiación de donantes/inversionistas, mantiene fondos en garantía (en caso de que aplique al modelo de crowdfunding), distribuye los fondos a los propietarios de las campañas, recoge el reembolso de los emisores y canaliza el reembolso a los crowdfunders (en caso de ser aplicable). Las plataformas de crowdfunding varían en cuanto a la forma y la función; no obstante, la mayoría provee estos servicios básicos.

Préstamo entre particulares. El préstamo entre particulares (también conocido como préstamo entre personas – peer to peer) es la práctica de prestar dinero a personas, o particulares, mediante plataformas en línea sin la intervención de un intermediario financiero tradicional, como un banco.

Propietario/emisor de la campaña. La persona o entidad a cargo de la campaña de crowdfunding. Para el crowdfunding basado en valores, un propietario de campaña a menudo se le refiere como el emisor.


Recaudación de fondos para el crowdfunding. La cantidad de capital que se recauda a través de una campaña de crowdfunding.

1. "Security." Investopedia.




1.

RESUMEN
EJECUTIVO

A black and white photograph of a hand holding a large stack of coins. The hand is positioned in the center, with fingers gripping the top of the stack. The coins are piled high, filling the lower half of the frame. The background is a plain, light color. A green rectangular overlay covers the middle section of the image, containing white text.

Las nuevas tecnologías han dado origen a una gran cantidad de emprendimientos innovadores y oportunidades de negocio en México. Proveer los fondos para que estos emprendimientos se establezcan y crezcan también debería ser algo innovador y nuevo. Un instrumento prometedor es el desarrollo de herramientas de internet que aportan un gran valor al aprovechar el poder de los grandes grupos (crowd): la comunidad virtual de personas y de recursos que se conectan a través de internet y otras herramientas tecnológicas de la era digital. Pese a que cada recurso individual podría parecer relativamente insignificante por sí mismo, la acumulación de estos recursos que llegan de cientos, miles e incluso millones de personas tiene el poder de crear un gran impacto en las economías locales. Las plataformas en línea ahora son capaces de canalizar el capital a una amplia variedad de proyectos filantrópicos, actividades artísticas, innovaciones sociales, negocios y emprendimientos con tan solo un clic. Este proceso, conocido como crowdfunding, se está convirtiendo en una herramienta de financiamiento eficaz que saca provecho de la fuerza colectiva de los grandes grupos y del poder de las tecnologías digitales para satisfacer los déficits en las necesidades de financiamiento.



El crowdfunding tiene la capacidad de impulsar la innovación, crear empleos, diversificar la actividad económica y contribuir a la reducción de la desigualdad de ingresos al mejorar el acceso al capital disponible y crear un puente para la brecha que existe entre la demanda de financiación y la oferta de capital para los emprendedores y las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) en México.

El Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Banco Interamericano de Desarrollo, solicitó la elaboración de este informe, *Crowdfunding en México: cómo el poder de las tecnologías digitales está transformando la innovación, el emprendimiento y la inclusión económica*. Massolution, empresa de investigación y consultoría especializada en el diseño y la implementación de soluciones de crowdsourcing, fue la encargada de realizar la investigación y el análisis. Este informe ofrece una investigación en profundidad de las posibles oportunidades y los retos del mercado emergente del crowdfunding en México. Además, evalúa la capacidad del crowdfunding para usarse como un mecanismo alternativo de financiamiento viable para los emprendedores y negocios locales. Con base en esta evaluación, se presenta una propuesta de plan de trabajo guiado por acciones específicas que tienen el objetivo de acelerar el desarrollo sostenible de los ecosistemas de crowdfunding en México.

Crowdfunding en México

El informe evalúa el potencial del crowdfunding en México al enfocarse en dimensiones que se consideran fundamentales para el éxito del mismo: entornos económico y financiero, infraestructura tecnológica y capacidad empresarial, ambientes políticos y normativos, así como el contexto cultural.

El crecimiento del PIB cercano al 4 por ciento anual, combinado con una tasa baja de desempleo y una inflación modesta, ha contribuido a la fortaleza y la estabilidad actuales de la economía mexicana. Estas condiciones, además de los altos niveles de confianza del consumidor y las reformas económicas progresivas, están incrementando la confianza en el mercado. A pesar de que esto debería presentar oportunidades de inversión en nuevos proyectos empresariales y emprendimientos de negocios, los inversionistas institucionales reportan dificultades para encontrar oportunidades atractivas.

En la actualidad, existe una base adecuada sobre la que se podría construir una industria de crowdfunding sólida. La rápida expansión del acceso a internet y las tecnologías relacionadas, aunado con las condiciones económicas, permitirán que más mexicanos participen en el crowdfunding. Las reformas promulgadas bajo la actual administración, además de un liderazgo emergente del INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor) y una creciente cultura de emprendedurismo local, demuestran la viabilidad de impulsar reformas adicionales que se enfoquen en el comercio digital y las finanzas.

Para que el crowdfunding se convierta en un mecanismo de financiamiento exitoso para los negocios y los emprendedores, el sector público deberá jugar un papel fundamental en la configuración del ecosistema que permita que las plataformas, los negocios, los donantes y los inversionistas participen en un crowdfunding en línea. Uno de los principales retos que enfrenta el desarrollo de este ecosistema en la actualidad —tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo— ha sido la creación de reglas y normativas necesarias para regular las transacciones financieras en línea, incluido el crowdfunding. La capacidad del gobierno para elaborar e implementar leyes pertinentes, garantizar una coherencia normativa y establecer mecanismos de cumplimiento eficaces para el crowdfunding en línea dependerá de la estabilidad política en general, de la capacidad de las instituciones políticas nacionales y el liderazgo que tengan, así como otros factores.

Aunque la confianza en la fiabilidad de las nuevas tecnologías ha sido lenta, México tiene muchas tradiciones de acción colectiva. Es por ello que el concepto del crowdfunding por sí mismo no debería ser difícil de entender. Los esfuerzos para fomentar la confianza en el crowdfunding en línea aumentarán conforme avance la confianza en las tecnologías afines al mejorar la seguridad de los datos en línea y evitar externalidades negativas.

De hecho, el crowdfunding ya se ha abierto un gran camino en México. Hoy en día, varias plataformas de crowdfunding ya están operando en México. Estas incluyen tanto empresas locales como operaciones subsidiarias de plataformas con base en otros países. La industria parece estar llegando a un

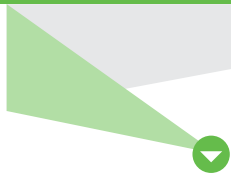


punto de inflexión crítico, lo que plantea la necesidad de aunar esfuerzos para establecer marcos legales y regulatorios claros que aborden específicamente las actividades de crowdfunding.

Ciertamente, también existen retos que se deben encarar. Entre estos se encuentran principalmente la mejora de la seguridad cibernética y los mecanismos de prevención de fraudes. Además, se debe hacer un esfuerzo para instruir a los líderes de los sectores público y privado, los negocios y los inversionistas sobre las mecánicas y el impacto potencial del crowdfunding. También se puede mejorar la formación de los emprendedores para promocionar campañas eficaces y el uso de las tecnologías digitales.

El crowdfunding probablemente no tendría éxito sin el apoyo de las principales partes interesadas que desarrollan un ecosistema de soporte. Sin embargo, si los compromisos iniciales de estas partes interesadas se manifiestan en acciones que impulsen un marco normativo claro, garanticen un cumplimiento constante y fomenten la confianza en el uso de las tecnologías digitales para transacciones financieras, se puede desbloquear un enorme potencial para mejorar el bienestar socioeconómico.

Recomendaciones



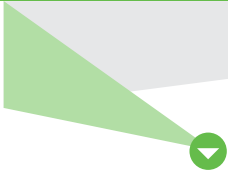
Con base en los hallazgos de nuestra investigación y análisis, se ha formulado una serie de recomendaciones que se espera que sean útiles para guiar los esfuerzos de las principales partes interesadas para abordar de manera activa los aspectos sobresalientes relacionados con el desarrollo sostenible del crowdfunding en México. Si bien es cierto que el crowdfunding sirve para muchos propósitos, estas recomendaciones se centran principalmente en mejorar la capacidad de los emprendedores y las pequeñas empresas para tener acceso al capital que necesitan para impulsar la innovación y el crecimiento económico. No tienen el propósito de ser una lista exhaustiva, sino un punto de partida para estimular el diálogo productivo y fomentar las acciones colaborativas en los sectores público y privado, así como en la sociedad civil:

- ▶ Todavía hay una necesidad fundamental de financiación accesible para emprendedores y MIPYME en México. La mejora de la oferta de capital nacional requerirá que las fuentes de capital existentes sean más accesibles y que se creen oportunidades adicionales para los actores nacionales e internacionales para proveer financiación mediante las plataformas de crowdfunding en línea. A pesar de que los negocios mexicanos pueden usar las plataformas existentes para recaudar fondos, se necesita aunar esfuerzos para involucrar a los sectores público y privado.
- ▶ Los negocios deberán mejorar sus habilidades tecnológicas y entendimiento sobre cómo usar el crowdfunding de manera eficaz para apoyar el crecimiento y el desarrollo continuos, así como evaluar los riesgos que conlleva.

- ▶ Para fomentar confianza en el mercado, es importante obtener un amplio apoyo al involucrar a diversos actores y promover un mejor entendimiento de los posibles usos e impacto de los mecanismos del crowdfunding para emprendedores, negocios, donantes e inversionistas.
- ▶ Para poder acelerar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding en México, los actores clave deben organizarse muy bien y coordinarse de manera eficaz. Es importante que las diversas partes interesadas entiendan los roles y las responsabilidades que deben asumir para impulsar esta industria. Un enfoque colaborativo y multilateral para designar las reglas y normativas necesarias para regir de manera eficaz el mercado de crowdfunding exitoso permitirá que todas las partes interesadas se involucren en el debate.
- ▶ A nivel nacional, el sector público parece estar bien preparado para facilitar el diseño y la implementación de las leyes necesarias para apoyar el ecosistema de crowdfunding. El desarrollo de parámetros específicos para el crowdfunding basado en préstamos y en acciones en particular abrirá oportunidades para los negocios y generará confianza entre los inversionistas.

Se incluyen recomendaciones adicionales y puntos a seguir específicos, así como actores clave relacionados con cada uno, en la parte principal de este informe.

Aprovechar la oportunidad



En la actualidad, México se encuentra en un lugar único para acelerar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding, tanto nacional como internacionalmente. Aunque el crowdfunding es una industria que todavía está en ciernes, las condiciones básicas son lo suficientemente óptimas para permitir que los emprendedores y las pequeñas empresas tengan acceso al financiamiento que cubra sus necesidades. Si se logran realizar avances en el ámbito normativo a corto plazo, es probable que también surjan innumerables posibilidades de inversión. Algunos de los principales retos que se deberán encarar se resaltan en este informe. Sin embargo, la creación independiente de la Asociación Mexicana de Crowdfunding, la participación activa de las agencias públicas como el INADEM y las reformas económicas que se están fomentando gracias a la actual administración son señales de optimismo para el éxito a largo plazo del crowdfunding como una herramienta para la innovación, el emprendedurismo, el crecimiento económico y la cohesión social. Además, la cultura emprendedora del país, la infraestructura tecnológica adecuada (aunque inferior a la ideal) y la cercanía con los mercados capitales de los EE. UU. han creado un terreno fértil para el cultivo del crowdfunding. Hoy en día, la oportunidad es sólida para que México avance como líder regional al pavimentar el camino para que el crowdfunding se desarrolle en toda América Latina y otros países en vías de desarrollo. No obstante, le corresponderá a las partes interesadas aprovechar la oportunidad que tienen ante ellas.



2.

INTRODUCCIÓN



Los emprendedores, las empresas emergentes y las pequeñas y medianas empresas en México están trabajando arduamente para recaudar el capital necesario para establecer y hacer crecer sus negocios, mediante los sistemas bancarios tradicionales. Por lo general, el capital que viene de las instituciones de crédito comerciales requiere a cambio garantías considerables, y a menudo conlleva tasas de interés extraordinariamente altas. Sin embargo, los emprendedores y propietarios de pequeñas empresas raras veces, o quizás nunca, cuentan con esta garantía para cumplir con los requerimientos de este crédito. Además, las altas tasas de interés no suelen ser comercialmente viables para la mayoría de los pequeños productores y emprendedores que inician un negocio. Como resultado, existe una gran necesidad por satisfacer este déficit financiero con capital de bajo costo para apoyar el crecimiento y el desarrollo de los negocios.



Hoy en día, las tecnologías en línea han facilitado el desarrollo de nuevas herramientas innovadoras que aportan un gran valor al aprovechar el poder de los grandes grupos. Este grupo es una comunidad virtual de personas y de recursos que se conectan a través de internet y otras herramientas tecnológicas de la era digital. Pese a que estas pequeñas cantidades de recursos individuales podrían parecer relativamente insignificantes, la acumulación de estos recursos que llegan de cientos, miles e incluso millones de personas tiene el poder de crear un gran impacto en las economías locales. Las plataformas en línea ahora son capaces de canalizar el capital a una amplia variedad de proyectos filantrópicos, actividades artísticas, innovaciones sociales y negocios con tan solo un clic. Este proceso, conocido como *crowdfunding*, está surgiendo como una herramienta de financiación eficaz que aprovecha la fuerza colectiva de los grandes grupos y el poder de la tecnología para satisfacer los déficits de las necesidades de financiación. Además de su utilidad como fuente de capital, el crowdfunding también puede servir como un vehículo de inversión alternativo en condiciones adecuadas. La gran cantidad de financiadores en los grandes grupos representa menos riesgo para los inversionistas debido a que el riesgo se distribuye ampliamente, lo que aborda un aspecto importante de la indecisión de los prestamistas comerciales para ofrecer capital a los nuevos emprendedores con ideas y modelos de negocios innovadores.

El éxito mundial del crowdfunding y las oportunidades que se están creando en los Estados Unidos, Europa, Australia, así como otros países, impulsó la creación de este informe. En los EE. UU., la nueva legislación en virtud de la Ley JOBS está despejando el camino para que el crowdfunding permita que los inversionistas y los emprendedores colaboren en la economía moderna. La proximidad de México con el mercado de los EE. UU., aunado a la magnitud y la madurez de su economía, parece representar una oportunidad única para implementar una iniciativa de crowdfunding que sería la primera en su tipo en América Latina. Ciertamente, el mercado mexicano es distinto del de los EE. UU. y otros países que a la fecha han tenido éxito con la implementación del crowdfunding de diversas maneras. Es por

ello que este estudio tiene el propósito de identificar estas diferencias y analizar las ventajas y las desventajas que representan para el crowdfunding en el contexto mexicano.

Este informe evalúa el potencial del crowdfunding como un mecanismo viable de financiación e inversión para los negocios y los proyectos filantrópicos mexicanos que sean capaces de contribuir al sólido desarrollo socioeconómico. Evalúa los principales tipos de crowdfunding —basado en donación, recompensa, préstamo y acciones— así como la información relevante sobre el mercado global del crowdfunding de hoy en día. Analiza las características clave del mercado mexicano que son más relevantes para el crowdfunding, incluido el nivel actual de difusión tecnológica y la infraestructura empresarial, el contexto cultural, el ambiente político y la naturaleza de los ecosistemas económico y financiero. Con base en el análisis, se presentan recomendaciones específicas con el fin de facilitar el desarrollo del ecosistema del crowdfunding y examinar algunos roles y responsabilidades que los principales interesados deberán asumir para realizarlos con eficacia. También incluimos una serie de casos de uso que podrían facilitar la aceleración del desarrollo de la industria de crowdfunding en México a través de la colaboración de partes interesadas (*ver Apéndice II*). A pesar de que se examina el papel que la ley de valores y su cumplimiento juegan al afianzar un intenso ecosistema de crowdfunding, el estudio no pretende ser una evaluación exhaustiva del ambiente jurídico y regulatorio mexicano. Por el contrario, su objetivo es proveer una línea base con fundamentos empíricos de la cual los interesados pueden tomar medidas prácticas para desarrollar e incrementar un mecanismo de financiamiento e inversión innovador.


Hoy en día, las tecnologías en línea han facilitado el desarrollo de nuevas herramientas innovadoras que aportan un gran valor al aprovechar el poder de los grandes grupos.





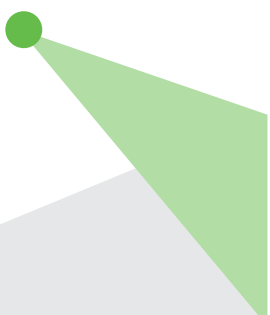
3.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN



Massolution llevó a cabo una amplia investigación primaria y secundaria con el fin de presentar un análisis exhaustivo con base en fundamentos empíricos sólidos. Se hizo uso de una serie de fuentes para recopilar información y percepciones relevantes, entre las que se incluyen:

- ▶ Datos sobre la industria mundial del crowdfunding obtenidos de la encuesta anual de crowdfunding de Massolution, así como la publicación del Informe de la industria 2013CF².
- ▶ Entrevistas presenciales y recopilación de datos con las principales partes interesadas de los sectores público y privado en México durante julio de 2013.
- ▶ Encuestas de plataformas de crowdfunding mexicanas.
- ▶ Información relevante y revisión de datos secundarios.



La investigación
ayudó a entender
a un nivel más
amplio el ambiente
mexicano...



La investigación ayudó a entender a un nivel más amplio el ambiente mexicano, el cual se enfocó en aspectos culturales, políticos y económicos del ecosistema local, así como la cantidad de infraestructura tecnológica y empresarial existente.

La metodología C-STEP™ (crowdsourcing y crowdfunding para la transformación social y el rendimiento económico) de Massolution proporcionó el marco para establecer recomendaciones que resultaron de la investigación y el análisis. Los cinco pilares de este marco son: la oferta de capital, la demanda de financiación, la estrategia del mercado, la gestión y los facilitadores. La organización de nuestra investigación y análisis con base en este marco ayudó a identificar los retos e informar de una mejor manera sobre las intervenciones que se necesitan para desarrollar el ecosistema de crowdfunding en México.



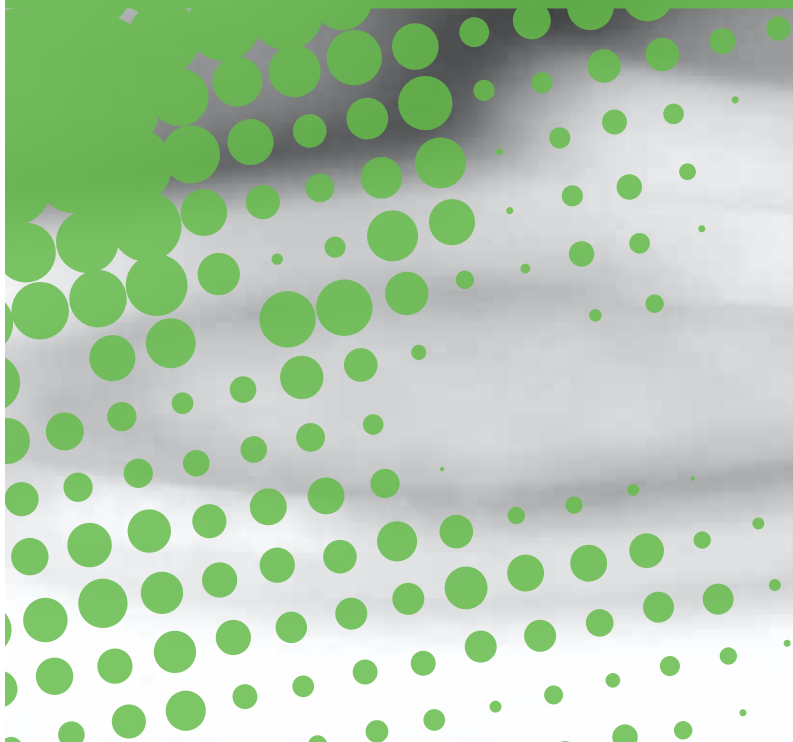
En primer lugar, se busca medir los niveles de la oferta de capital y la demanda de financiación (los dos primeros pilares) para evaluar la magnitud del déficit que existe entre estos. Estos pilares también se enfocan en los recursos existentes y las posibles fuentes de financiamiento para las MIPYME, los emprendedores y las iniciativas filantrópicas. El tercer pilar, la estrategia del mercado, guió la investigación hacia los elementos sociales, económicos y políticos que podrían afectar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding o la implementación de una iniciativa estratégica de crowdfunding. Dentro del pilar de la gestión, la atención se centró en las estructuras institucionales, las organizaciones que apoyan (o contradicen), así como otros elementos necesarios para regir los sistemas de crowdfunding de manera eficaz. Definir las funciones de las principales partes interesadas, incluidos el gobierno mexicano, las organizaciones multilaterales como el FOMIN o el BID, las plataformas de crowdfunding y la comunidad empresarial en general, es imprescindible para la creación de un plan de trabajo viable que organice los esfuerzos para desarrollar la industria del crowdfunding con el paso del tiempo. Como parte de este pilar, el estudio también se centró en los posibles mecanismos para la recopilación de datos y su uso en relación con el crowdfunding en México. Por último, en el pilar de los facilitadores se analizaron las posibles áreas a reformar en el ambiente normativo y jurídico en México que garantizarían un crowdfunding financiero y no financiero que cumpliera con las necesidades de los emprendedores y otros emisores. También se observó cómo se puede mejorar la capacidad estructural y, por ejemplo, la infraestructura de seguridad tecnológica y cibernética, para reforzar la capacidad del ecosistema de crowdfunding.


En el Apéndice I se incluye información adicional relacionada con la metodología de investigación.



4.

PANORAMA DEL CROWDFUNDING

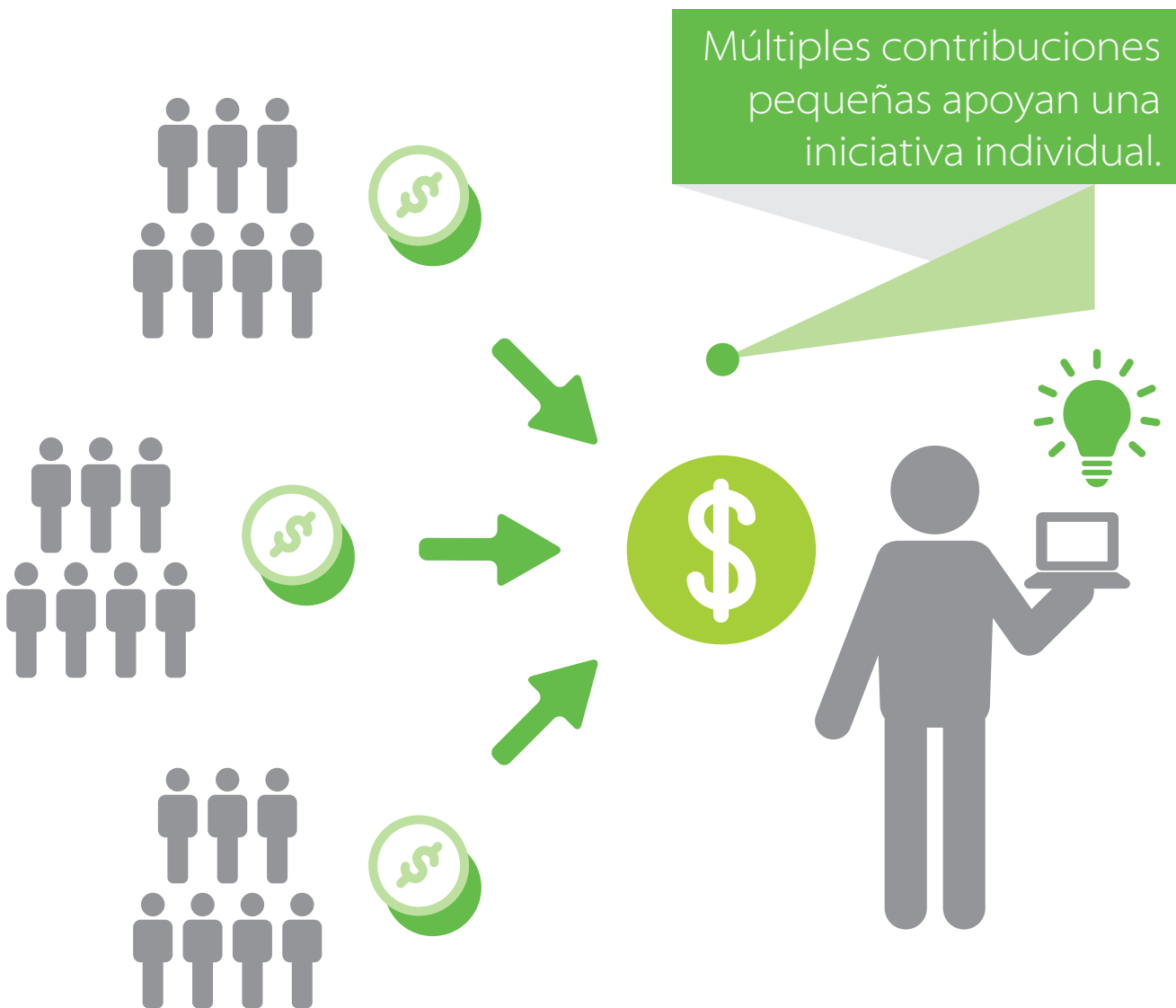


A stack of silver coins is shown in a close-up, slightly angled view. The coins are stacked on top of each other, with the top edge of each coin visible. A semi-transparent green rectangular overlay covers the middle portion of the stack. Inside this green area, there is white text. The text starts with the word 'Pese' in a bold, dark purple font, followed by the rest of the paragraph in a white, sans-serif font. The background of the entire image is a blurred stack of coins, with the green overlay being the primary focus for the text.

Pese a que recientemente está empezando a atraer la atención mundial como un medio de inversión y financiamiento alternativo, el crowdfunding se ha estado manejando de una forma menos evidente desde hace cientos de años. Cada vez que se donan algunos billetes en la canasta de la iglesia, se contribuye para la organización de la fiesta navideña para los niños del vecindario o se dona a una organización benéfica, se está participando de manera eficaz en un crowdfunding.

Crowdfunding se refiere a cualquier formación de capital donde las necesidades de financiación se comunican a través de una convocatoria abierta a un grupo grande de personas "crowd". Como tal, los grandes grupos pueden evaluar los méritos de estas necesidades y los fines para los que se usarán los fondos. Este colectivo de personas puede decidir si contribuye a una campaña (necesidades de financiación de una organización o un individuo que se comunican a través de una convocatoria abierta), lo que haría que se destinara el capital común de una multitud de fuentes independientes a estos esfuerzos. A la persona u organización que promueve o gestiona la campaña se le conoce como el "propietario de la campaña"³.

Sin embargo, en el pasado el crowdfunding se limitaba en su mayoría a las campañas personales y presenciales; las personas donaban cuando iban a la iglesia los domingos, cuando caminaban enfrente de una mesa de campaña en el mercado o cuando el propietario de la campaña tocaba a su puerta para solicitar contribuciones. En la actualidad, las nuevas tecnologías han revolucionado la naturaleza de las convocatorias abiertas. La llegada de internet ahora permite que un propietario de una campaña presente una sola propuesta que al instante puede difundirse y a la cual usuarios de todo el mundo pueden tener acceso. El flujo de la información en internet hace posible que se pueda llegar a un número considerablemente mayor de posibles donantes e inversionistas "crowdfunders" a través de las plataformas de crowdfunding.



3. A los propietarios de campañas de crowdfunding basado en acciones también se les conocen como "emisores".

Las plataformas de crowdfunding son portales en línea que permiten acceder a la información de la campaña y enfocar la atención a las oportunidades de inversiones de impacto, tanto sociales como económicas. Las innovaciones en las tecnologías en línea y banca móvil permiten que estas plataformas canalicen los fondos de las personas a las campañas que desean apoyar o en las que quieren invertir. Estas proporcionan un foro digital donde los crowdfunders pueden hacer comentarios sobre las campañas, solicitar información y seguir el progreso de la recaudación de fondos para el crowdfunding, lo que permite que el grupo de personas supervise y examine las campañas de manera independiente. Además de su utilidad filantrópica, el crowdfunding en línea ahora está adquiriendo relevancia alrededor del mundo como modelo para desarrollar capital emprendedor que brinda oportunidades para los pequeños inversionistas que generalmente se excluyen de los mecanismos de inversión tradicionales.

4.1

TIPOS DE CROWDFUNDING

Existen dos tipos de crowdfunding de gran impacto, los cuales se definen por la relación entre la persona que provee el recurso financiero (crowdfunder) y el receptor (el propietario de la campaña). *El crowdfunding no financiero y el crowdfunding financiero* difieren principalmente en la asociación de las contribuciones de las personas con las expectativas del rendimiento financiero en algún punto en el futuro. Cada tipo de crowdfunding tiene implicaciones distintas para la promoción de la campaña, participación con inversionistas o donantes, así como las instituciones, la infraestructura y las regulaciones necesarias para apoyarlas.



Gráfico basado en elaboración por Massolution.



CROWDFUNDING NO FINANCIERO: CROWDFUNDING BASADO EN DONACIONES Y EN RECOMPENSAS

El crowdfunding tiene sus orígenes en las convocatorias abiertas para causas benéficas donde se dona sin esperar un rendimiento financiero. Por lo general, los propietarios de las campañas de crowdfunding no financiero solicitan fondos para iniciativas o proyectos individuales que atraen a otras personas con intereses similares. Por ejemplo, una ONG puede iniciar una campaña para construir una escuela para niños de zonas rurales de México. Siempre que no se espere o exista una obligación legal de recibir un rendimiento por el dinero proporcionado, la transferencia se considera una donación o un obsequio y, por consiguiente, se le denomina como **crowdfunding basado en donaciones**.

Otro modelo de crowdfunding no financiero es el **crowdfunding basado en recompensas**. En una campaña basada en recompensas, los crowdfunders dan capital para apoyar una campaña a cambio de algún tipo de beneficio o recompensa. Por ejemplo, un grupo de artistas que quiere grabar un álbum puede solicitar financiación para costear el estudio de grabación y, a su vez, ofrece una copia anticipada o autografiada del álbum a las personas que contribuyan a la campaña. Una estrategia que se emplea a menudo para el crowdfunding basado en recompensas es ofrecer mejores recompensas a quienes den una mayor contribución; una contribución de 25 dólares se podría recompensar con una copia anticipada de la grabación, pero una contribución de 250 dólares puede retribuir un par de boletos de concierto para ver tocar a la banda en un lugar local.

Los negocios también pueden recurrir al crowdfunding basado en recompensas como una herramienta para medir la demanda de nuevos productos y servicios en el mercado, antes de ordenar la producción en masa. Al lanzar una campaña de financiación para un nuevo producto, los emprendedores pueden producir un conjunto limitado de productos y recompensar a los inversionistas con el modelo inicial. Al mismo tiempo, esto permite que los negocios recopilen opiniones sobre el diseño, la funcionalidad y la calidad

total del producto. También pueden tener una mejor idea de los precios óptimos y evitar problemas graves antes de iniciar la producción a mayor escala. Tener un mejor entendimiento de la demanda del mercado puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente y la rentabilidad, a la vez que se anticipa a los daños que se puedan causar a la reputación por lanzar al mercado un producto defectuoso.

El crowdfunding basado en donaciones y en recompensas representa menos riesgos que el crowdfunding financiero. En todo tipo de crowdfunding, existe el riesgo de que haya campañas fraudulentas, y como cualquier sistema de comercio electrónico existen los riesgos de la seguridad cibernética. En las campañas basadas en recompensas, los crowdfunders están expuestos al riesgo de incumplimiento (es decir, que el propietario de la campaña no cumpla su promesa de entregar una recompensa a cambio de la ayuda financiera).

CROWDFUNDING FINANCIERO: CROWDFUNDING BASADO EN DEUDAS Y EN ACCIONES

Por lógica, el crowdfunding financiero es lo opuesto al crowdfunding no financiero. Mientras que el crowdfunding no financiero se refiere a la financiación sin expectativa de un rendimiento financiero, el crowdfunding financiero tiene el propósito de brindar oportunidades para que los inversionistas obtengan una remuneración financiera a cambio de su apoyo. Los modelos de crowdfunding financiero generalmente se basan en la contribución de capital de un inversionista a una persona, negocio o emprendedor que ofrece a los inversionistas un rendimiento financiero determinado en un tiempo específico. En el crowdfunding financiero, existen dos modelos primarios que han obtenido (y en algunos casos están empezando a obtener) el reconocimiento como mecanismos de financiación e inversión que proveen alternativas viables a las fuentes tradicionales (comerciales) de financiamiento: crowdfunding basado en deudas y en acciones. La inclusión de expectativas para proporcionar rendimientos financieros a inversionistas en estos modelos constituye de manera eficaz a la venta de los mismos.

En el **crowdfunding basado en deudas**, los inversionistas – crowdfunders- reciben un instrumento de deuda que especifica los términos del futuro reembolso. Esto básicamente obliga al propietario de la campaña a reembolsar los fondos proporcionados por el inversionista, los cuales consisten en el capital más una tasa de interés por lo general fija. Los intereses no siempre se incluyen en los contratos de crowdfunding basado en préstamos, lo que da lugar a que los inversionistas de impacto apoyen a los emprendedores y negocios en ciernes que requieren de capital flexible y de bajo costo para iniciar.

El **crowdfunding basado en acciones** provee a los inversionistas un instrumento accionario que otorga una participación de propiedad o una participación de las futuras ganancias. En este modelo, los rendimientos de los crowdfunders dependen del futuro éxito del negocio en el que inviertan. Por consiguiente, el crowdfunding basado en acciones presenta la posibilidad de obtener recompensas mayores conforme el valor de su acción incrementa por el éxito del negocio. Sin embargo, esto también representa un riesgo mayor para los tenedores de la acción; si el proyecto falla, los inversionistas tienden a depender de los acreedores en la línea de pago. Esto conlleva mayor importancia en el entorno jurídico nacional, las estructuras normativas y las capacidades institucionales para la viabilidad de estos mecanismos de crowdfunding. En la actualidad, están surgiendo leyes en los Estados Unidos (en específico en virtud de la Ley JOBS) y otros mercados desarrollados con el fin de brindar este tipo de apoyo al mercado del crowdfunding basado en acciones.

Los contratos de inversión en capital (acciones) requieren de términos específicos que definan las posibles estrategias de salida para los inversionistas. Conforme crece el negocio, se mueve a lo largo de un continuo de financiación y es probable que requiera del financiamiento de otros inversionistas, como los fondos de capital emprendedor, los inversionistas ángeles o los bancos comerciales. Para facilitar esta transición sin debilitar el valor de la participación de acciones inicial de los crowdfunders, los inversionistas del crowdfund deben tener opciones bien definidas para poder salir de una relación contractual. Estos términos variarán para los diferentes negocios y darán margen para que los modelos innovadores atraigan la inversión a las ofertas mexicanas de crowdfunding.

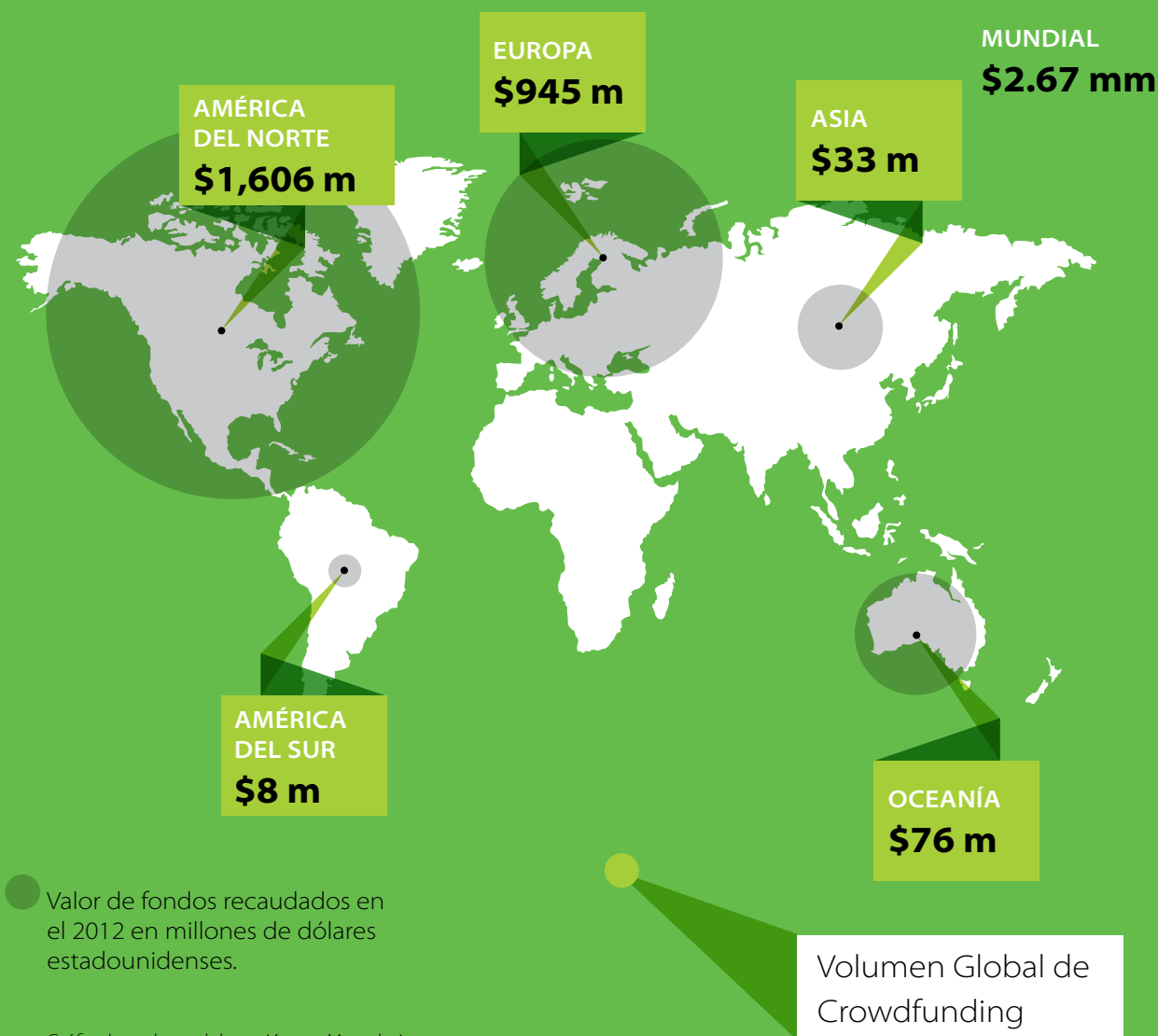
A medida que el mercado madura, también se están explorando otras estructuras de valores para su venta, a través de plataformas de crowdfunding en línea. El crowdfunding basado en regalías, por ejemplo, es de esos medios de inversión que le ofrece a un crowdfunder una participación en un fondo de inversión, el cual le paga al inversionista un porcentaje de una fuente de ingresos específica. Por lo general, esto se relaciona con una participación de regalías en la propiedad intelectual de una sociedad y los ingresos que genera. Las ganancias aquí son potencialmente conmensurables a la tasa de interés establecida, pero las empresas pueden dejar de operar con la propiedad intelectual que se financió originalmente o pueden venderla a una empresa competidora o compradora. Esto hace que de alguna manera el modelo basado en regalías sea más complejo y menos común; no obstante, es un buen ejemplo de innovaciones emergentes en el mercado de crowdfunding.



Los contratos de inversión de capital (acciones) requieren de términos específicos que definan las posibles estrategias de salida para los inversionistas.

PANORAMA MUNDIAL DEL CROWDFUNDING

En el año 2012, se recaudó una financiación total de 2,7 mil millones de dólares estadounidenses mediante las plataformas de crowdfunding, los cuales se distribuyeron a proyectos, negocios y emprendedores de todo el mundo. Esto representa un incremento del 85 por ciento en el volumen de la financiación alrededor del mundo en comparación con el año anterior, cuya suma se situó en 1,47 mil millones de dólares estadounidenses. La siguiente imagen muestra la distribución geográfica de la financiación. Massolution prevé que el volumen de crowdfunding alrededor del mundo alcanzará 5,1 mil millones de dólares estadounidenses en 2013, y la mayoría de los fondos se seguirán originando en los EE. UU. y Europa⁴.



4. "2013CF - The Crowdfunding Industry Report."

Aunque la popularidad del crowdfunding se deriva de su uso para actividades filantrópicas y sociales, en los últimos años se ha trasladado a los usos empresariales. Las MIPYME y los emprendedores ahora son la segunda categoría más activa en todos los tipos de modelos de crowdfunding con un 16,9 por ciento del volumen total de financiación, solo por debajo de las causas sociales con un 27,4 por ciento⁵. Las pequeñas empresas y los emprendedores están usando el crowdfunding como una herramienta para apoyar la expansión operacional, así como para probar la demanda del consumidor por nuevos productos y servicios. Alrededor del 27 por ciento del volumen de crowdfunding financiero se genera para emprendimientos, el mayor porcentaje de cualquier categoría⁶.

El crowdfunding está desarrollando un modelo mundial, impulsado por el acceso a internet y las redes sociales, que no tiene fronteras geográficas. Si bien se necesitan marcos regulatorios específicos de cada país para regular el crowdfunding, los donantes y los inversionistas pueden, en teoría, estar en cualquier parte del mundo donde haya acceso a internet. En la actualidad, el 34,3 por ciento de la población mundial usa internet. En 2012, el 42,9 por ciento de la población de LAC hizo uso de internet,

lo que equivale a un incremento de más de 1300 por ciento desde 2000⁷.

La globalización del crowdfunding hoy en día requiere de normativas que se adapten a los datos demográficos nacionales e internacionales con el fin de aprovechar la participación de los inversionistas, las MIPYME y los emprendedores. Se están tomando medidas específicas para atraer la inversión internacional para emprendedores y MIPYME nacionales, así como medidas que protejan contra la fuga de capital nacional, con el fin de aumentar la utilidad del crowdfunding en línea como un medio de financiamiento alterno. En la actualidad, los programas nacionales adicionales se están enfocando en los inversionistas extranjeros y está atrayendo el capital de algunos inversionistas mexicanos que carecen de oportunidades de inversión en su país. Por ejemplo, los EE. UU. y Canadá han desarrollado "Programas para inversionistas inmigrantes" transnacionales que atraen el capital extranjero al proporcionar a los inversionista extranjeros visas especiales a cambio de inversiones considerables. En los EE. UU., se otorga la "Visa EB-5" a los extranjeros que invierten por lo menos un millón de dólares estadounidenses (o \$500.000 en un "Área de empleo específica") y crean diez empleos, como mínimo, para los ciudadanos estadounidenses⁸.

► **Figura 1: Actividades Financieras No Financieras del Crowdfunding**

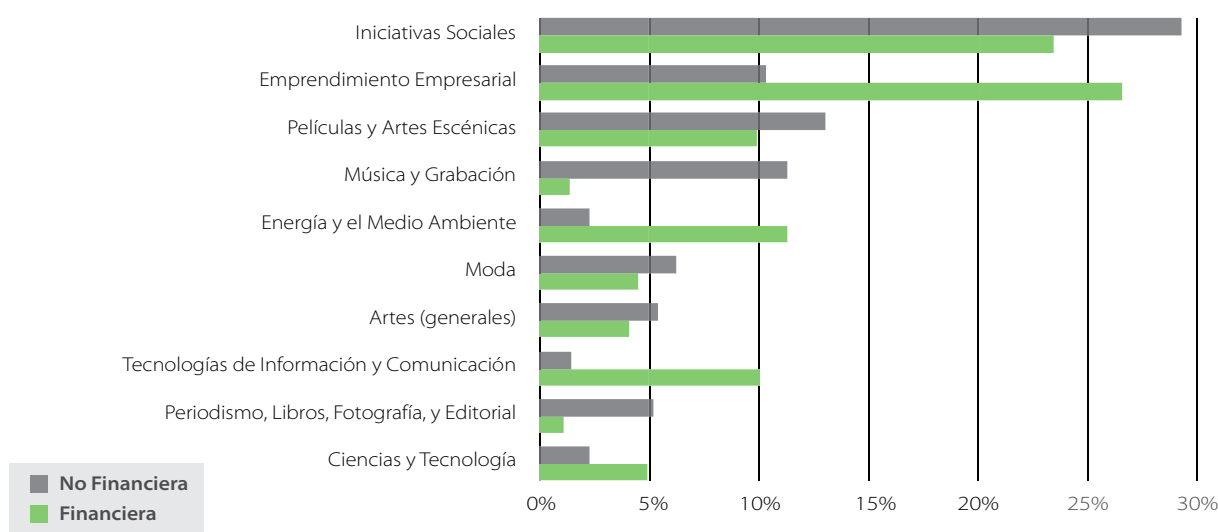


Gráfico basado en elaboración por Massolution.

5. Ibid.

6. Ibid.

7. "World Internet Users Statistics Usage."

8. "EB-5 Immigrant Investor."

4.2

MODELOS DE FLUJO DE CAPITAL DE CROWDFUNDING™

El desarrollo del ecosistema de crowdfunding se puede crear con base en las relaciones entre los crowdfunders nacionales y extranjeros, los propietarios de las campañas y las plataformas de crowdfunding. Existen cuatro escenarios elementales que ilustran estas relaciones y ayudan a moldear las estrategias que apoyan la implementación de las iniciativas de crowdfunding en un mercado nacional en particular.

Escenarios del Crowdfunding

PROPIETARIO DE CAMPAÑA



CROWDFUNDERS



	NACIONAL	EXTRANJERO
NACIONAL	Nacional	Entrada de Capital Extranjero
EXTRANJERO	Flujo de Capital Externo	Centro de Inversión

C-STEP™ — Crowdfunding Capital Flow Model™

Gráfico basado en elaboración por Massolution.

Los respectivos orígenes de los emisores (propietarios de las campañas) y los inversionistas (crowdfunders) presentan cuatro escenarios alternos. Los emisores de campañas en México podrían recaudar fondos de los crowdfunders locales o de crowdfunders en otros países. En cambio, los crowdfunders/inversores Mexicanos podrían contribuir a campañas extranjeras, lo cual supondría sacar capital nacional de la economía local. Por último, los crowdfunders del extranjero podrían contribuir a campañas en el extranjero a través de PCF en México, lo cual constituiría un escenario donde México sería un centro de inversión (hub).

Existen dos grupos diferentes de inversionistas: los inversionistas nacionales, de México, y los inversionistas que se encuentran en otros países. Con el fin de simplificar este análisis, nos referimos a los inversionistas con operaciones en los EE. UU., pero, en realidad, los inversionistas podrían residir en cualquier país extranjero.

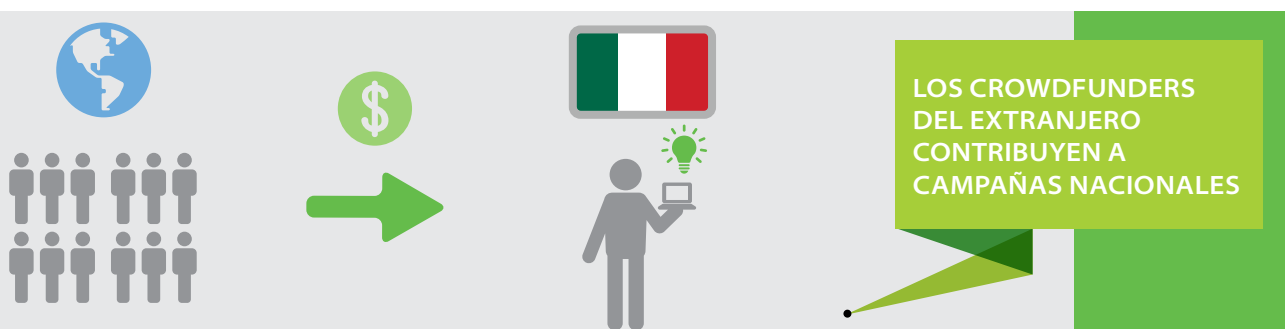
Crowdfunding nacional



El crowdfunding nacional, desde la perspectiva del mercado mexicano, es cuando un emisor mexicano –propietario de la campaña- recauda dinero de inversionistas locales - crowd funders. La suposición subyacente de este escenario es que existe suficiente capital nacional o que existe capital considerable que sale de México para mercados externos con el fin de garantizar los esfuerzos para incentivar el crowdfunding nacional. De hecho, las estadísticas de la CNUCYD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) reportan que, en 2012, la salida de la inversión extranjera directa (IED) de México hacia otros países fue de aproximadamente 25,6 mil millones de dólares estadounidenses, lo que equivale más del doble de la salida del flujo de IED en 2011⁹.

Una ventaja de promover el crowdfunding nacional es que es más sencillo que los modelos internacionales debido a que solo está sujeto a las normativas de valor y capital locales. Además, permite la alineación de los incentivos que disuaden la fuga de capital al crear oportunidades para la inversión en los negocios y emprendedores nacionales. La complejidad adicional surge en las transacciones internacionales, pues los emisores o inversionistas están en diferentes países. El crowdfunding basado en acciones es relativamente nuevo, y la mayoría de los demás países todavía están en las primeras etapas de formación de enfoques para el tratamiento de los valores financiados colectivamente, ya sea con declaraciones de “no acción”, exenciones o regulaciones.

Entrada de capital extranjero



En el modelo de entrada de capital extranjero, el capital extranjero se dirige a un emisor mexicano (emprendedor propietario de la campaña). La ventaja de este modelo es que, mientras que opera en el marco de las normas de valores mexicanas, la empresa nacional no está limitada a recibir capital de los inversionistas mexicanos. Permitir que los inversionistas extranjeros le proporcionen a emisores nacionales el capital a través del crowdfunding podría incrementar potencialmente la oferta de capital de manera considerable. Además

9. En dólares estadounidenses al precio y tipo de cambio actuales.

de los inversionistas generales que buscan oportunidades en el panorama mundial, hay muchos miembros exitosos de la diáspora mexicana que pueden estar tentados a contribuir al crecimiento de las pequeñas empresas en su país. Esto podría incluir modelos de crowdfunding que aprovechan la gran cantidad de remesas que ingresan a México (México es el mayor mercado de remesas entre los países de América Latina, con una cifra anual de 22 mil millones de dólares estadounidenses en la actualidad¹⁰). Este escenario brinda la oportunidad de atraer nuevas y diversas fuentes de capital. No obstante, se necesitaría considerar cualquier posible desafío y costo relacionado con la migración de capital en las fronteras internacionales ante cualquier situación resultante que no permitiera que los inversionistas extranjeros enviaran capital a su país.

Para que este modelo prospere, se necesita protección para los inversionistas, así como soluciones legales claras y sólidas para resolver problemas, tales como el fraude. Los inversionistas internacionales requerirán de un ambiente de inversión que sea atractivo desde la perspectiva del posible rendimiento, así como tener la protección necesaria similar a la de los mercados líderes de capital internacional.

Para poder atraer capital extranjero de manera exitosa mediante el crowdfunding, es importante garantizar que las normas que rigen el uso de capital extranjero y la propiedad extranjera de los negocios se definan claramente y sean compatibles con las normas de valores del país de origen del crowdfunder. Alicia García Herrero, economista jefe de BBVA Research, responsable de las economías emergentes, comenta que México, pese a algunos retos decisivos (p. ej., que explota ampliamente el positivo ciclo económico actual), todavía es un mercado abierto para los inversionistas extranjeros que estén interesados en diversas oportunidades de inversión¹¹.

Salida de capital



El flujo de capital de los crowdfunders mexicanos a las empresas extranjeras se considera como salida de capital. A México le interesa garantizar que esto se haga de una manera que ayude a sus objetivos de desarrollo social y económico. También existe un interés en garantizar que las reglas y normativas relacionadas con la inversión y el crowdfunding tomen en cuenta la solicitud de los inversionistas de clase media de acceder a los mercados capitales del extranjero. Por ejemplo, las inversiones mexicanas en los EE. UU. se incrementaron un 11 por ciento durante el 2012, y en la actualidad se sitúan en 27,9 mil millones de dólares estadounidenses¹².

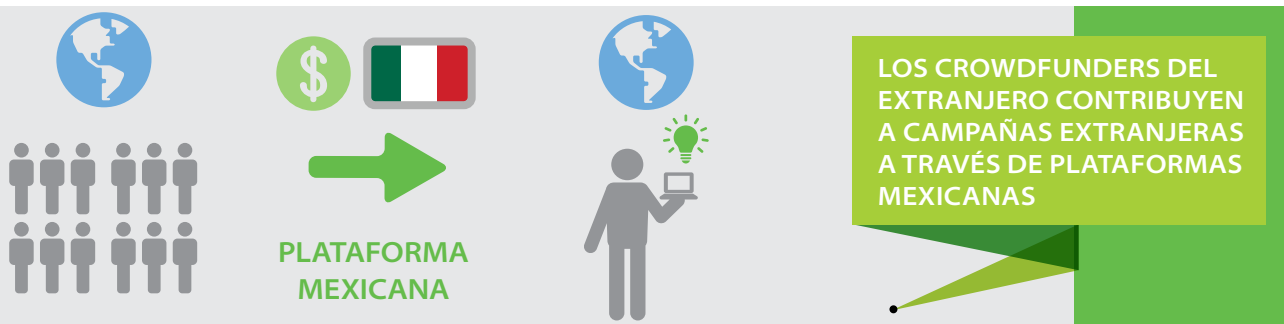
10. Maldonado R., Hayem, M. "Remittances to Latin America and the Caribbean in 2012: Differing behavior across subregions."

11. García- Herrero, Alicia. "Investing in Mexico: Challenges and Opportunities."

12. Estevez, Dolia. "Wealthy Mexicans' Investment In The United States Sharply Up in 2012."

Bajo este escenario, una subsidiaria estadounidense de una empresa mexicana no está limitada solamente a inversionistas de EE. UU.¹³. Las empresas mexicanas podrían sacar provecho de las normas y directrices de solicitud permitidas por las normas de valores de los EE. UU., y con la colaboración y el apoyo de intermediarios autorizados recaudar capital de los inversionistas mexicanos. Una estrategia para desarrollar el crowdfunding que apoye la inversión de mexicanos en subsidiarias extranjeras de empresas mexicanas podría ser favorable para los inversionistas mexicanos que desean invertir en ambientes normativos alternos.

Centro de inversión



Canalizar el capital internacional mediante las plataformas de crowdfunding mexicanas a las empresas extranjeras colocaría a México como el centro de inversión o *Hub* de crowdfunding. Hoy en día, las empresas mexicanas son aptas para recaudar dinero en los Estados Unidos con una exención de entidad extranjera¹⁴. Recaudar capital mediante el proceso de valores de los EE. UU. le brinda al inversionista un alto nivel de protección. La clasificación para la protección de inversionistas del Banco Mundial señala que, a nivel mundial, EE. UU. es el sexto país más seguro para los inversionistas; México se sitúa en el lugar 49¹⁵. Las empresas mexicanas podrían aprovechar estas exenciones al recaudar fondos a través de las PCF que operan en estos mercados. Como alternativa, México podría convertirse en un centro de inversión para las empresas extranjeras que deseen recaudar dinero de otros países, al ofrecer un tipo similar de exención y fortalecer el marco regulatorio del crowdfunding (p. ej., una empresa salvadoreña podría recaudar dinero en una PCF mexicana de inversionistas canadienses).

Implicaciones del flujo de capital

Tanto el modelo de *"salida de capital"* como el de *"centro de inversión"* presentan riesgos para el mercado capital de México y el desarrollo del crowdfunding en México. El desarrollo de fuertes mercados de crowdfunding a nivel internacional podría alejar el capital de las campañas de crowdfunding mexicanas, lo que podría afectar negativamente los mercados capitales tradicionales de México. A falta de un sólido entorno normativo nacional, los mercados capitales podrían arriesgarse a perder el capital nacional ante las ofertas extranjeras. Por consiguiente, es importante considerar cómo afectarán las normativas específicas, o la falta de estas, el flujo de capital para los emisores y crowdfunders mexicanos.

¹³."Accessing the U.S. Capital Markets — A Brief Overview for Foreign Private Issuers."

¹⁴.Ibid.

¹⁵."Protecting Investors."



5.

ANÁLISIS DEL
AMBIENTE DE
CROWDFUNDING
MEXICANO



Conforme se sigue expandiendo el crowdfunding alrededor del mundo, los modelos existentes se adaptan a las condiciones del mercado local y a las influencias culturales. De manera similar, el crowdfunding en México necesitará adaptarse a su singular historia y ambiente local. La investigación y el análisis de este informe se enfocan en las dimensiones centrales del contexto mexicano que se consideran críticamente importantes para el éxito del crowdfunding: los ecosistemas económico y financiero, las infraestructuras tecnológicas y empresariales, el ambiente político y el contexto cultural. Además, se brinda un panorama de las plataformas de crowdfunding actuales que operan en México y el estado del desarrollo de la industria a la fecha.

Esta sección tiene como objetivo revisar los factores específicos dentro de cada una de las anteriores dimensiones que tienen un impacto en el estado actual del crowdfunding en México, y que a su vez son importantes consideraciones para la formulación de las recomendaciones que siguen en el estudio. El análisis de estos factores contribuye a la evaluación total del potencial del crowdfunding para servir como un mecanismo de financiamiento viable para los negocios y los emprendedores en México.

5.1

ECOSISTEMAS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Resumen:

- ▶ La fortaleza y estabilidad actuales de la economía mexicana están generando confianza en el mercado.
- ▶ Las reformas económicas con enfoque en el mercado están mejorando la competitividad y están generando nuevas oportunidades económicas en diversos sectores.
- ▶ Los engorrosos y costosos requisitos para el registro de un negocio inhiben la formalización de muchas micro y pequeñas empresas, lo que fomenta la actividad del sector informal.
- ▶ El crédito comercial y las fuentes informales de crédito tienen, muchas veces, un costo prohibitivo para muchos emprendedores y pequeñas empresas, en particular aquellas en etapa inicial de desarrollo.
- ▶ A los inversionistas institucionales les resulta difícil encontrar oportunidades de inversión atractivas, y esto da como resultado una oferta de capital excedente. Sin embargo, las pequeñas empresas y los emprendedores de empresas emergentes podrían aprovechar el crowdfunding para recaudar pequeñas cantidades de capital con tasas de rendimiento más bajas.



En esta sección, se examinan las condiciones económicas generales en México, con énfasis particular en aquellos que podrían afectar el desarrollo del crowdfunding y, en particular, su capacidad para servir como un mecanismo de financiamiento viable y alternativo para los emprendedores y las MIPYME. Estas condiciones económicas sirven de respaldo para que los inversionistas estén dispuestos a participar en el mercado, así como la cantidad y disponibilidad de otros recursos de financiamiento que permitan emprendimientos y la expansión de negocios existentes. Después, se examinan las fuentes existentes de financiamiento disponibles para los negocios y las características de la demanda de financiación actual. Al definir las dinámicas de la oferta de capital y la demanda de financiación se pueden adaptar de manera más eficaz las recomendaciones a fin de que cubran las necesidades de la economía empresarial en México.

Condiciones económicas

La economía mexicana, que es la segunda más grande de América Latina, mostró su capacidad de recuperación en medio de la reciente crisis financiera y los continuos desafíos del entorno económico mundial. Se registró un crecimiento promedio anual del 4,3 por ciento del PIB entre 2010 y 2012. El desempleo también se redujo a 4,47 por ciento en noviembre de 2013, frente al 5,12 por ciento del año anterior¹⁶. Pese a que la débil demanda externa ha bajado la previsión de crecimiento hasta el 1,8 por ciento en el 2013¹⁷, hay un creciente optimismo para el 2014. La tasa de cambio flexible, la baja inflación (menos del uno por ciento), el déficit en cuenta corriente moderado (menos del 36 por ciento del PIB) y las reservas internacionales estables proporcionarán una base sólida para la estabilidad económica del próximo año¹⁸.

El índice de confianza del consumidor en México fue de 94,1 sobre una base de 100 a partir de octubre de 2013¹⁹, lo que indica un optimismo público sólido en relación con el estado general de la economía y las finanzas personales. El alto índice de confianza en la economía en parte es reflejo del aumento del 19 por ciento en el PNB per cápita, a \$16.450 (PPA a \$ internacionales actuales), de 2009 a 2012²⁰. Aunque la desigualdad de ingresos relativamente alta de México (entre países de la OCDE, según la medida del coeficiente de Gini)²¹ requerirá estrategias de crecimiento más equitativas, la creciente riqueza en las zonas metropolitanas del país permitirá que se cree una base sólida de apoyo inicial para el éxito del crowdfunding. Además, al canalizar el financiamiento a los emprendedores y financiar los proyectos de desarrollo

16. "Indicadores Oportunos de Ocupación y Empleo".

17. "Mexico Overview".

18. Ibid.

19. "Mexico Consumer Confidence".

20. "GNI per Capita, PPP (current International \$)".

21. "Mexico: Key Issues and Policies."



de la comunidad, el crowdfunding mismo podría servir para reducir esta desigualdad.

Las reformas de las políticas económicas han aumentado la libertad económica y abierto los mercados a la competencia, lo que lleva a un aumento de la inversión en el sector privado y generación de nuevos niveles de emprendedurismo. Según el Índice de Libertad Económica de la Fundación Heritage, México es considerado como un mercado emergente muy atractivo; en 2013, su puntaje subió 1,7 puntos para colocarse en el lugar 67, muy por encima del promedio mundial de 59,6²². Al situarse en el lugar 50 de 185 países, México está sobresaliendo de entre los cuatro principales mercados emergentes; Brasil (100), Rusia (139), la India (119) y China (136). Sin embargo, aún se considera solo una economía “moderadamente libre”, lo que demuestra que todavía hay margen de mejora. La débil protección de los derechos de propiedad, la corrupción y los fuertes sindicatos son algunas áreas que necesitan fortalecerse para mejorar la libertad económica.

Competitividad: Las recientes reformas para privatizar el sector energético aumentarán la competitividad y brindarán más oportunidades para la inversión. Estas reformas ya han contribuido a una alza en la calificación crediticia de México por parte de Standard & Poor’s a BBB+, el nivel que había alcanzado antes de la crisis financiera de 2009²³. Las reformas macroeconómicas, incluida la revisión de las políticas fiscales y monetarias, han mejorado las condiciones que permiten que el mercado libre funcione bien. Sin embargo, aún hay margen para que las reformas microeconómicas faciliten las actividades del mercado libre. Las nuevas reformas están haciendo fuertes progresos en estas áreas, pero se necesita más trabajo para aprovechar plenamente el potencial existente del crecimiento económico.

Régimen tributario: Las reformas estructurales al régimen tributario son prometedoras. La mayoría de los impuestos en México se recaudan a nivel federal, lo que da como resultado que haya oportunidades ilimitadas para que los estados ofrezcan incentivos fiscales. Sin embargo, algunos estados mexicanos han comenzado a competir agresivamente entre sí por las inversiones, y la mayoría ha desarrollado programas para poder atraerlas. Estos incluyen precio reducido (o incluso gratis) de bienes raíces, programas de capacitación para empleados y reducciones del impuesto sobre la nómina estatal del 2 por ciento. Además, la reducción de impuestos sobre bienes inmuebles, las transferencias de tierras y el registro de escrituras, así como las nuevas infraestructuras, como carreteras, se están utilizando para reunir nuevas inversiones²⁴.

Reglamentación empresarial: El marco normativo se ha reformado para facilitar la actividad emprendedora, incluida la eliminación de los requisitos de capital mínimo. Se han simplificado los procesos para iniciar y registrar un negocio, ahora se requieren seis procedimientos bien definidos. Sin embargo, completar los requisitos de la licencia puede costar tres veces más del nivel de ingreso promedio. Las fuentes tradicionales de financiamiento están estructuradas para apoyar a las empresas registradas en el sector formal, pero estos han sido a menudo requisitos prohibitivos; por ejemplo, una empresa debe operar por dos años antes de que pueda abrir una cuenta bancaria empresarial y solicitar un crédito²⁵.

Los mercados requieren niveles básicos de supervisión y regulación, incluidos los mecanismos para garantizar la rendición de cuentas y la transparencia, para que los mercados puedan trabajar de manera eficiente y construir una oferta de capital. Si bien la regulación excesiva no es propicia para

22. “Index of Economic Freedom 2014.”

23. Webber, Jude. “Christmas Cheer for Mexico.”

24. “2011 Investment Climate Statement - Mexico.”

25. “Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises.”

el emprendedurismo y el crecimiento empresarial, drásticamente los mercados no regulados representan un riesgo significativo de fraude. En un mercado no probado, algunos casos de alto perfil de fraude en el crowdfunding en línea crearían graves contrariedades al desarrollo de la industria.

Prevalencia del sector informal: Pese a las mejoras en los requerimientos para iniciar un negocio, muchos emprendedores todavía operan en la economía informal; deciden no registrar sus negocios y evitan tener cuentas bancarias comerciales y pagar impuestos empresariales. La mayoría de los negocios mexicanos operan sin tener relaciones bancarias formales. Noventa y cinco por ciento de los negocios son familiares y alrededor del 50 por ciento de los propietarios de los negocios reportan que su empresa no está registrada ante las autoridades²⁶. Además, 30 millones de trabajadores mexicanos participan en la economía informal²⁷. Esta falta de participación en la economía formal limita el potencial de crecimiento e incrementa el riesgo para los posibles inversionistas. Las entrevistas revelaron que muchos mexicanos deciden no registrar su negocio para evitar la complejidad del trámite de registro, la presentación y el pago de impuestos, así como la posible pérdida de su privacidad.

Servicios financieros: Tanto las empresas de los EE. UU. como de América Latina están incrementado las ofertas de servicio de distribuidor/agente en México²⁸. Sin embargo, hay un margen importante para mejorar aún más la disponibilidad de los servicios profesionales que los intermediarios regulados puedan prestar, tales como abogados, contadores, consultores de gestión, asesores financieros y estrategias del mercado. Proporcionar un terreno fértil para el desarrollo de las instituciones financieras secundarias, tales como empresas de seguros y cooperativas de ahorro y crédito, también mejorará la capacidad de las MIPYME y los emprendedores para aumentar la productividad y el empleo y desarrollar de empresas exitosas.

Sector tecnológico emergente: En México, se está desarrollando una cultura tecnológica entre las empresas emergentes y los emprendedores, muchos de los cuales se han cultivado en las incubadoras y aceleradoras de negocios estadounidenses en áreas como Silicon Valley Austin, Texas, Boulder, Colorado y Boston, Massachusetts. Iniciativas como 500 Mexico City, aceleradora de negocios e inversionista en etapa inicial, líder en la región, brindan financiación inicial de hasta 250.000 dólares estadounidenses, además de programas de asesoramiento para negocios. La creciente presencia del sector de tecnología endógena brindará una base sobre la cual otras empresas de tecnología puedan desarrollarse a través del crowdfunding.

26. Bruhn, Miriam. "Who Are Informal Business Owners?"

27. Hughes, Krista. "Mexico Aims to Bring Shadow Economy Into the Light."

28. Moore, Michael J. "Goldman Sachs to Open Broker-Dealer in Mexico Next Year."



Oferta de capital

En los Estados Unidos, la cuestión decisiva para el crowdfunding es abordar la falta de oferta de capital para cumplir con la demanda de financiación. Sin embargo, en México muchos inversionistas institucionales señalan que existe más capital disponible que demanda calificada. Parece que el tema del déficit de financiación está menos relacionado con la escasez de capital y más con la falta de conexión entre los intereses de los inversionistas y las oportunidades de inversión disponibles. Sin embargo, esto podría ser más una cuestión de transparencia y comunicación eficaz que de una falta de negocios en los que se puede invertir. El crowdfunding facilita la conexión del capital disponible con los negocios calificados que lo necesitan y tienen un plan válido para usarlo de manera productiva. Las plataformas del crowdfunding en línea están diseñadas para compartir información relacionada con las oportunidades de inversión existentes, lo que permite que los inversionistas encuentren y establezcan contacto con los negocios de una forma fácil.

Recursos bancarios comerciales: Las entrevistas de primera mano indicaron que los bancos tenían oferta de capital sin explotar, pero carecían de oportunidades de inversión atractivas para negocios locales. Aunque la disponibilidad de capital es un aspecto positivo para el surgimiento del crowdfunding, la mejora del acceso para los negocios y los emprendedores al mismo sigue siendo un desafío. La disponibilidad y la accesibilidad podrían mejorarse si se fijaran soluciones híbridas tradicionales/crowdfunding (p. ej., recaudación de fondos para el crowdfunding junto con un préstamo bancario precalificado).

Sin embargo, muchas personas no tienen acceso a los instrumentos financieros básicos. Solo 27 por ciento de los mexicanos mayores de 15 años tienen una cuenta bancaria (en comparación con Brasil que registra un 56 por ciento y los EE. UU., un 88 por ciento) y solo 13 por ciento de los mexicanos

mayores de 15 cuenta con una tarjeta de crédito²⁹. Esto quizás se deba a los altos costos que conlleva ser propietario de una tarjeta de crédito. En Banamex, por ejemplo, se requiere que los usuarios de una tarjeta de crédito básica paguen una comisión anual por adelantado de 600 pesos mexicanos (alrededor de 45 dólares estadounidenses), que se reembolsan en caso de que se cubran las deudas de manera adecuada al final del año. Las tasas de interés de la tarjeta son de 46 por ciento de TPA, el cargo por pagos atrasados es de 330 pesos mexicanos (alrededor de 25 dólares estadounidenses), así como otra serie de cargos, incluidos los cargos por el uso de los sistemas de pago en línea y la impresión de los estados de cuenta, son una muestra de los grandes impedimentos que tienen muchas personas para contar con una tarjeta de crédito comercial en México³⁰.

Financiación multilateral: México tiene antecedentes de micro-financiamiento con apoyo público y privado, incluidas las iniciativas de apoyo de la ONU, el BID, el FMI y el Banco Mundial. De modo que existe una infraestructura bien establecida y un medio de distribución de los microcréditos para las personas y emprendedores. Esto crea una base sólida para que el crowdfunding no financiero se instaure, haga que las personas creen negocios y, posteriormente, permita que dichos negocios sean adecuados para el crowdfunding financiero. El éxito de los programas de microcréditos en el contexto mexicano, y la manera como abordan el reto de financiar a pequeños negocios y emprendedores, brinda un antecedente valioso que debería informar e inspirar el desarrollo de la industria del crowdfunding.

Inversionistas independientes (privados): Hay una falta de oferta de capital de los inversionistas independientes en el sector privado. La falta de protección de los inversionistas tradicionales, las preocupaciones sobre la regulación ineficaz y el

29. Guthrie, Amy. "Mexico Financial Reform Seen Improving Credit Data, Collections."

30. "Tarjeta De Crédito Clásica."

pobre cumplimiento del mercado intermediario, así como la fuerte competencia de los mercados de capital privado de Estados Unidos, han reducido el número de inversionistas individuales que participan en el mercado de capital privado en México. El surgimiento de la clase media tiene el poder de aumentar el suministro de capital privado, pero aún es necesario encontrar oportunidades de inversión atractivas.

Mercado de capital emprendedor emergente: El surgimiento del mercado de capital emprendedor en México está creando nuevos fondos atractivos y está trayendo nuevos productos de inversión a industrias y comunidades específicas. También recibe el apoyo de inversiones como el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), cuya inversión de capital del año pasado fue de 5 millones de dólares estadounidenses en el fondo MDF-I³¹ que apoya a empresas que proveen educación, servicios financieros y al menudeo o crean productos ecológicos destinados a una creciente y joven clase media local. Este mercado nuevo está generando oportunidades para que los emprendedores inviertan en negocios que únicamente se basan en las demandas del mercado mexicano. Un vibrante mercado de capital emprendedor brinda una oportunidad de liquidez y una estrategia de salida para los inversionistas primarios que participan en empresas en etapas iniciales mediante el crowdfunding. Esto es importante tanto para los inversionistas como para los negocios, y presenta un componente importante del panorama de las opciones de la financiación.

Capital extranjero: La estabilización de la economía mexicana, en conjunto con las reformas financieras, ha generado recientemente importantes cantidades de inversiones extranjeras en México. Por poner un ejemplo el día 8 de mayo de 2013, los inversionistas internacionales introdujeron en el país 5,6 mil millones de dólares estadounidenses en ingreso fijo y flujos de capital, una cantidad tres veces mayor de la que llegó a Brasil. Esta entrada

de capital hizo que los costos de endeudamiento del gobierno mexicano se redujeran a mínimos históricos y el mercado de valores tuviera una subida sin precedentes³². Adicionalmente, hay que señalar que el capital extranjero está entrando no solo desde los Estados Unidos, sino también de otras partes del mundo.

Remesas: México sigue siendo el máximo beneficiario de las remesas en toda América Latina, con 22 mil millones de dólares estadounidenses en 2012, alrededor de cien millones más que el resto de América Central y del Sur en conjunto³³. En total, las remesas representaron más del 2 por ciento del PIB de México, y la mayoría de las cuales se recibe de los EE. UU. Aunque la mayoría de las remesas llegan en pequeñas cantidades para apoyar los gastos de primera necesidad básicas de los miembros de la familia y el consumo familiar, se están diseñando algunos modelos de crowdfunding para apoyar el flujo de remesas para fines de inversión o productivos (p. ej., Zafen.org en Haití). El volumen de remesas que llega a México puede representar oportunidades similares para aprovechar estos fondos a través de las plataformas de crowdfunding con el fin de incrementar la inversión en MIPYME y emprendedores de México. La alineación de incentivos a través de los costos de transferencia inferiores, por ejemplo, podría impulsar una mayor parte de estos flujos de capital hacia inversiones productivas, en lugar del simple consumo.

Cercanía con los mercados capitales de EE. UU. La cercanía geográfica de México con el bien establecido mercado capital de los Estados Unidos presenta tanto desafíos como oportunidades para incrementar la oferta de capital mediante el crowdfunding. Por una parte, el vigor del mercado capital de los EE. UU. aleja el capital de México, en especial debido al auge del mercado en la segunda mitad de 2013. Sin embargo, el resurgimiento de la economía de los EE. UU. también hace que

31. MIF Invests in Mexican Venture Capital Fund to Support Education, Financial and Retail Services."

32. Thompson, Adam. "Aztec Tiger Begins to Sharpen Its Claws."

33. Maldonado R., Hayem, M. "Remittances to Latin America and the Caribbean in 2012: Differing behavior across subregions."



los inversionistas sigan con una tendencia a la alza y busquen diversificar sus carteras. Por otra parte, debido a que los salarios siguen aumentando en China y otras economías asiáticas, México debería ser un destino más atractivo para la inversión

estadounidense. Aun así, se debe mejorar la protección de los inversionistas para apoyar el desarrollo de un ecosistema financiero más sólido en México, que es necesario para aprovechar su cercanía con la oferta de capital de los EE. UU.

Demanda de financiación

Déficit en el continuo de financiación: El continuo de financiación se refiere a las necesidades de financiación de un negocio en las diferentes etapas del ciclo vital del crecimiento (desde el capital semilla hasta diversas etapas del capital de crecimiento necesarias para la expansión y el incremento de la productividad). En México, las opciones de financiamiento son limitadas. A los emprendedores les resulta más difícil adquirir un capital inicial o capital de crecimiento en etapa inicial después de que se ha comprobado el valor del mercado. El capital para estos negocios generalmente ha venido de los fondos de capital emprendedor o, más recientemente, de los ángeles inversores. Sin embargo, es más común que las empresas dependan de sus ahorros o de los préstamos familiares para iniciar operaciones y dirigir el negocio. La Figura siguiente muestra que los proveedores y los ahorros personales, así como las cuentas de préstamos familiares, constituyen alrededor del 80 por ciento de financiamiento para pequeñas y medianas empresas en México, mientras que los bancos comerciales solo proveen 18 por ciento³⁴. Además, financiar la expansión de operaciones para emplear a más trabajadores es un reto importante para los propietarios de pequeñas empresas. Resulta difícil hacer la transición de un negocio de microempresa a pequeña empresa y de pequeña a mediana empresa³⁵. Esto se atribuye principalmente al acceso inadecuado al capital y los niveles relativamente bajos de educación y capacitación básica de negocios en áreas tales como la planeación financiera, contaduría u operaciones de gestión.

En otros mercados, la clase media recurre a las amistades y a la familia, así como a instrumentos de crédito tradicionales para recaudar capital de lanzamiento. Sin embargo, en México los bancos imponen muchos requisitos para aprobar un crédito (garantía, historial crediticio formal, activos líquidos, etc.), así como altas cuotas fijas. Las tasas de interés de la TPA de la deuda de una tarjeta de crédito puede llegar a más del 40 por ciento, lo provoca que menos del 25 por ciento de la población (29,6 millones) tenga tarjetas de crédito.

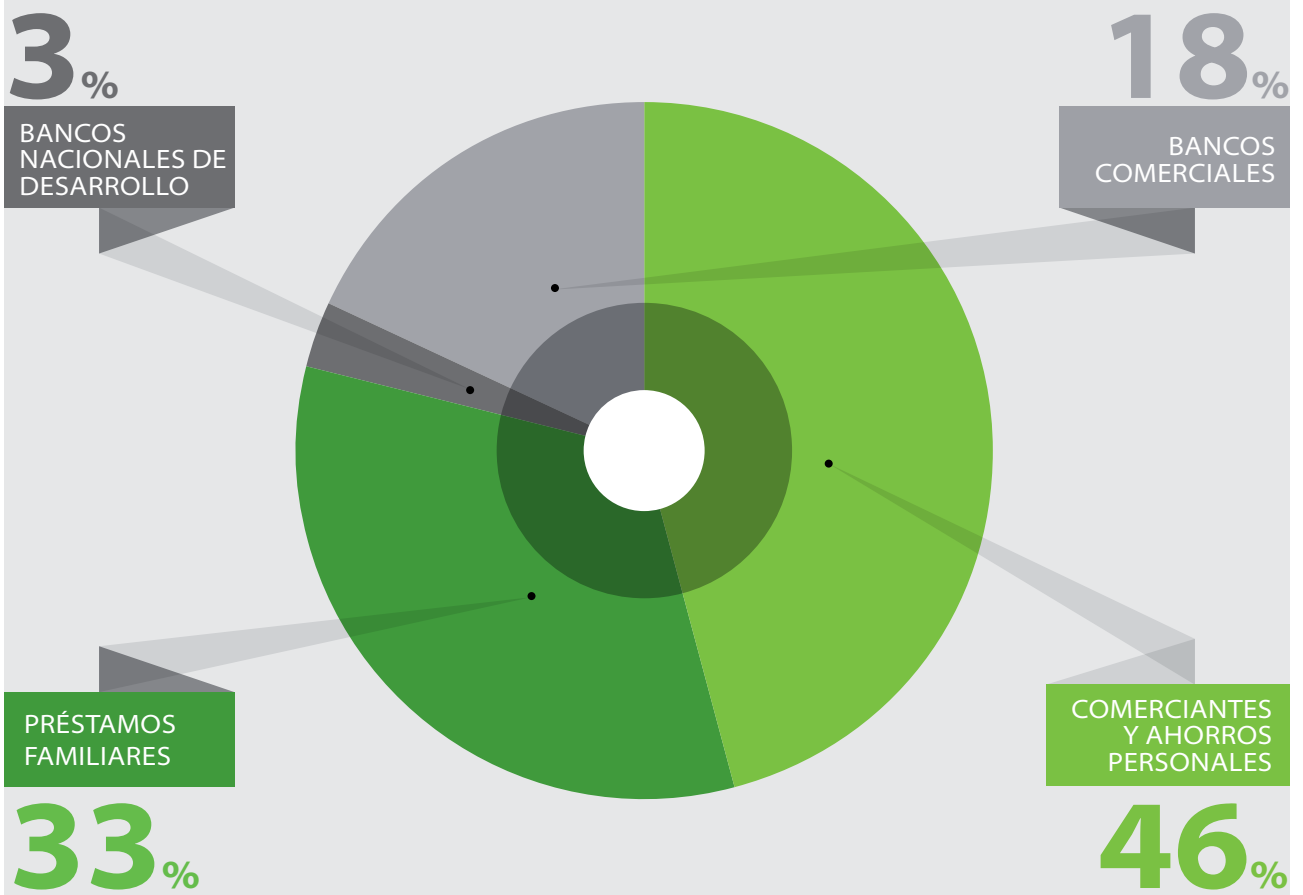
Los instrumentos financieros como el microcrédito se han enfocado en los microempresarios más pequeños, lo que genera una falta de instrumentos financieros a consumidores y empresas tradicionales (equivalente a un préstamo respaldado por la Asociación de Pequeños Negocios de EE.UU. proporcionado a través de la banca privada). Estos emprendedores independientes son a menudo parte de la economía informal. Sin los medios para recaudar capital adicional para hacer crecer su negocio, no pueden ser parte de la infraestructura empresarial formal. Las MIPYME generan 52 por ciento del PIB del país, pero 75 por ciento de las MIPYME fracasan en un lapso de dos años³⁶, lo que resalta la necesidad de abordar este déficit de financiación (pese a que el fracaso no se debe necesariamente a la falta de capital, ésta puede ser un factor que contribuya al mismo). La siguiente figura muestra que la mejor distribución para las diversas fuentes de financiamiento recae en el continuo; el crowdfunding no financiero suele ser el más

34. Barnett, Chance. "Is Equity Crowdfunding Coming To Mexico?"

35. Massolution interview in Mexico City with Banamex. June 2013.

36. Rostro, Francisco. "General Diagnosis of Mexican SME's from the Perspective of the Marketing Practices Efficiency."

► Fuentes de Financiamiento para PYMES Mexicanas

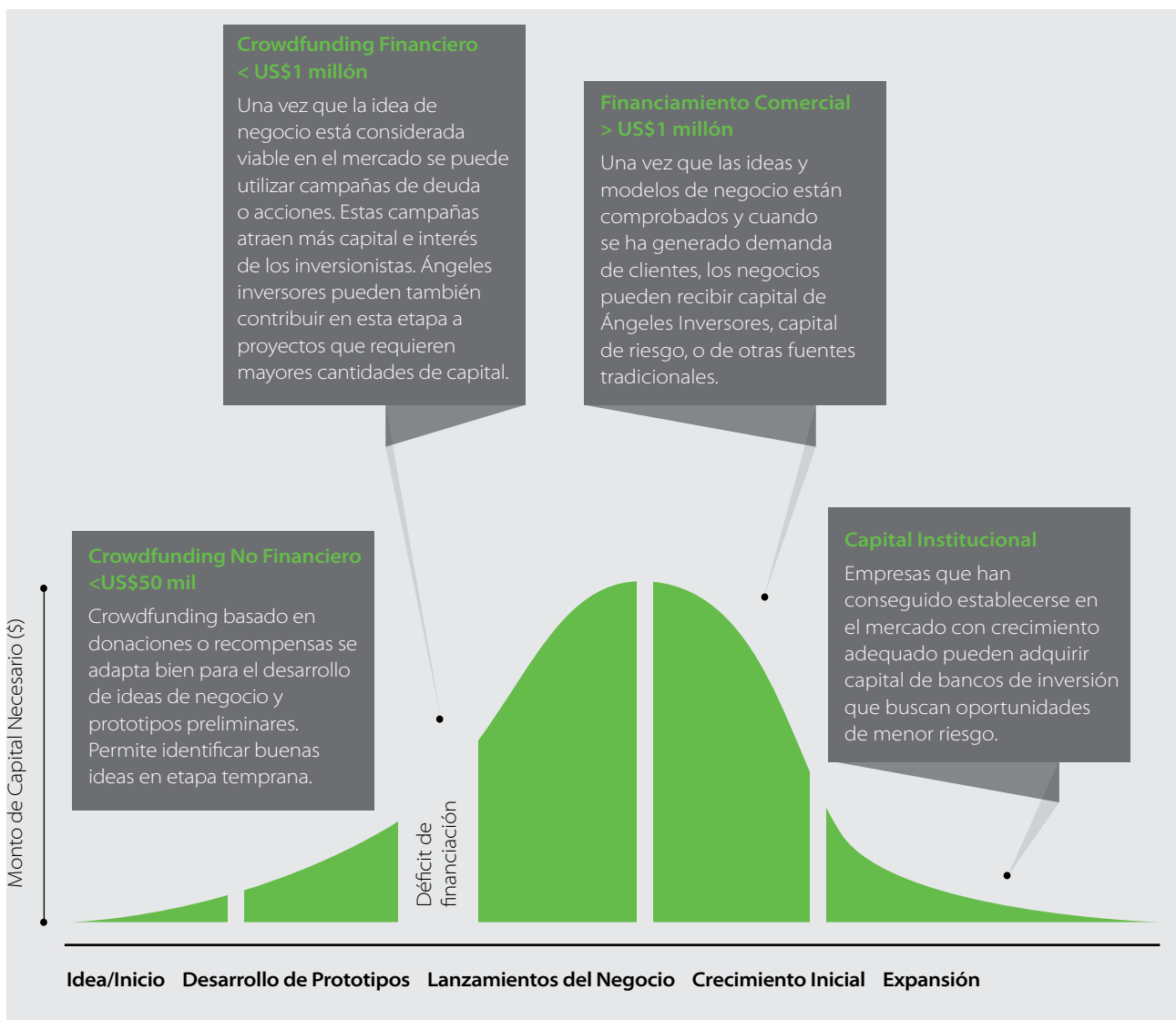


Fuente: Forbes.com

apropiado para el desarrollo de la idea emprendedora o para probar la demanda de mercado de prototipos de productos donde las necesidades son menores a 50 mil dólares estadounidenses, mientras que el crowdfunding financiero es más

adecuado para las pequeñas empresas que se encuentran al inicio y en las primeras etapas de crecimiento, cuyas necesidades de financiación van de 50 mil a un millón de dólares estadounidenses.

► La Utilidad del Crowdfunding en el Ciclo de Financiamiento Empresarial³⁷



³⁷. "Crowdfunding's Potential for the Developing World."

Mercados con potencial de crecimiento significativo: Desde la agricultura, la energía y las telecomunicaciones, las empresas en los mercados establecidos están generando una demanda de financiación significativa y presentan un potencial de crecimiento importante. La reciente apertura de las oportunidades de inversión en el mercado energético (anteriormente controlado por el gobierno), por ejemplo, requerirá capital para tomar ventaja de las oportunidades de crecimiento. El desarrollo continuo del sector agrícola también presenta una demanda continua de capital. Las reformas que se han presentado al Congreso para abrir la industria monopolizada de las telecomunicaciones crearán más oportunidades de inversión una vez que se aprueben (lo que se espera que ocurra en 2014). Otras industrias emergentes son muy atractivas para los inversionistas y representan un gran potencial de crecimiento, desde la tecnología ambiental hasta la arqueología y el ecoturismo, lo que genera diversas oportunidades para incrementar la demanda de financiación.

Amplia demanda en los mercados de crowdfunding no financiero: El surgimiento de PCF y recursos sin rendimiento financiero ha demostrado una importante demanda de financiación. Esto provee una base sólida para promocionar el crowdfunding financiero, el cual puede ofrecer opciones adicionales de financiación a los emprendedores y las MIPYME, en especial con organizaciones reconocidas como Kiva.org, que está estableciendo operaciones en México.

Mercado secundario: Otra área del continuo de financiación en México que requiere atención es la necesidad de crear liquidez para las empresas privadas que no busquen una OPI. Un mercado secundario viable de fondos e inversionistas complementaría el mercado de inversión primario (es decir, un mercado para la compra de participación en negocios que inicialmente recibieron financiamiento colectivo, pero continuaron creciendo). En México, existen varias empresas como estas que van en aumento, pero que aún no han alcanzado la suficiente escala para reducir los riesgos de liquidez. El crowdfunding se puede usar para apoyar la creación de fondos secundarios que provean es-

trategias de salida a los inversionistas iniciales (p. ej., la compra de valores privados en garantía hasta que se presente un evento de liquidación). Al mismo tiempo, la tecnología subyacente de las plataformas de crowdfunding y su experiencia con los mercados de las empresas privadas podrían apoyar el desarrollo de las PCF reguladas que albergan dicho mercado.

Insuficiencias sistemáticas de inversión y capital: En México, hay insuficiencias sistemáticas de inversión y capital de las MIPYME. El ciclo de la insuficiencia de inversión amplía los negocios y debilita el desarrollo de los emprendedores. La presión de operar en un ambiente de financiamiento insuficiente ha creado gran tensión en estos negocios y su liderazgo.

Datos incompletos para demostrar la demanda de financiación real: Por lo general, la demanda de financiación se mide a través de la aplicación de productos de capital. Sin embargo, las condiciones económicas muestran diversos factores que impiden que muchas personas intenten solicitar un crédito para iniciar o ampliar su negocio. Por consiguiente, los datos disponibles no incluyen a las personas que no cumplen con los requisitos para el financiamiento debido a que saben que no cumplen con los requerimientos del banco comercial, pues no pueden devolver las altas tasas de interés, lo que contribuye a que los cálculos de la demanda de financiación sean menores de los que en realidad son.

INFRAESTRUCTURA DE TECNOLOGÍA Y CAPACIDAD EMPRESARIAL

Resumen:

- ▶ El acceso a internet es cada vez mejor en el país. Mientras que el porcentaje de la población total con acceso a internet es bajo en relación con los países desarrollados, el número total de mexicanos que usan internet es suficiente para facilitar el crecimiento del crowdfunding.
- ▶ La mayoría de los usuarios de internet se involucran activamente en las plataformas de las redes sociales, lo que ayudará a que los emisores de campañas cumplan exitosamente los objetivos que se planteen para la recaudación de fondos.
- ▶ Pese a que cada vez más está incrementando, el uso de los mecanismos de pagos en línea es menos común que en otros mercados debido a las preocupaciones relacionadas con la seguridad cibernética y la protección de la información personal y financiera en línea. La aplicación inadecuada de la ley ante los delitos cibernéticos y el poco uso de las tarjetas de crédito y de débito son factores que contribuyen a esto.
- ▶ Hoy en día, la capacidad para usar las tecnologías del crowdfunding de manera eficaz es limitada. A los emprendedores que carecen de formación empresarial formal les resultará difícil entender y propagar la información que necesitarán los inversionistas con respecto a las oportunidades de crowdfunding financiero.

Para entender de una mejor manera el impacto de la infraestructura de la tecnología mexicana y la capacidad empresarial en el posible desarrollo del crowdfunding, se consideraron los niveles de acceso a internet, el uso de los dispositivos tecnológicos, la participación en las redes sociales, el uso del comercio electrónico, las habilidades tecnológicas y la formación empresarial. Estos elementos están directamente relacionados con la disposición de las personas y la habilidad para participar activamente en una economía emprendedora, tanto como crowdfunders como propietarios de negocio.

Acceso a internet: El internet y las tecnologías afines han revolucionado la manera como nos comunicamos, el comercio y la vida diaria en el siglo XXI. El internet facilita la comunicación mundial a través del correo electrónico, los blogs, los mensajes instantáneos, el panel de mensajes, las redes sociales y los sitio web. Los negocios han aprovechado la ventaja de internet para promocionar y vender productos y servicios en línea, ofrecer servicios a los clientes y ampliar su alcance en los nuevos mercados. Las innovaciones tecnológicas han hecho que les resulte más fácil a las personas alrededor del mundo tener acceso a internet, aunque en muchos países la infraestructura necesaria para darle soporte está subdesarrollada. La capacidad de internet y las tecnologías que permiten que las personas tengan acceso a este son uno de los factores más determinantes para que el crowdfunding pueda servirle a los negocios y los emprendedores como un medio alternativo para recaudar capital.

El Índice de Red Visual (VNI) de pronóstico de tráfico mundial de IP de Cisco reconoce que México es el centro de internet más grande de América Latina. A mediados de 2013, alrededor de 51 millones de mexicanos estaban conectados a la web³⁸. Aunque esto representa solamente el 43 por ciento de la población, esta proporción ha incrementado rápidamente; en el año 2000, menos del 5 por ciento de la población tenía acceso a internet. El incremento en el uso de internet ha surgido gracias a las mejoras en la infraestructura tecnológica. De 2009 a 2012, el número de servidores de internet seguros en México incrementó un 83 por ciento, con un total de 3392 servidores. Con respecto a la población, esto representa 28 servidores por un millón de personas, lo que es mayor al promedio para los países con ingreso medio-alto (20 servidores por millón), pero muy por debajo del promedio mundial (181 servidores por millón). El número de suscriptores de banda ancha fija por cada 100 habitantes³⁹ en México es supe-

rior tanto de los promedios mundiales como de los países con ingreso medio-alto⁴⁰. Pese a que existen grandes posibilidades de mejorar el acceso a internet en México, la capacidad existente que registra más de 50 millones de usuarios de internet activos representa la masa crítica para que el crowdfunding sea un mecanismo de financiación viable para los emisores. Existe una base sólida de usuarios de internet y los continuos esfuerzos por incrementar el acceso reforzarán el crowdfunding en un futuro.

El acceso a tecnologías con conexión a internet usadas para el crowdfunding en línea, como computadoras y dispositivos móviles, es relativamente alto entre la población joven, metropolitana y con ingreso medio, lo que será importante para impulsar la adopción del crowdfunding en México. El uso de internet está altamente concentrado en las principales ciudades y los centros de negocios cercanos a la frontera entre EE. UU. y México, donde las clases altas y medias emergentes tienen acceso a estas tecnologías y al capital de inversión. El uso de internet también es alto entre la población joven; 40 por ciento de los usuarios de internet tienen entre 18 y 34 años de edad⁴¹. La disminución de costos en las tecnologías móviles está permitiendo un mayor acceso a las aplicaciones de internet y las redes sociales. En México, existen 176 millones de dispositivos con conexión a internet, lo que representa 1,5 veces más que la población⁴². Sin embargo, el acceso a internet aún es limitado en las zonas rurales del país, donde viven alrededor de 37 millones de personas⁴³. Esto se debe en parte a los altos costos de la propiedad y a los terrenos de difícil acceso en algunas partes de México, pues representa un desafío para la instalación de la infraestructura física necesaria para la conexión a internet (en concreto, los servicios de electricidad e internet seguro).

Las **redes sociales** se consideran una herramienta integral para solicitar financiación, difusión de información, canalizar la retroalimentación y promocionar

38. Bosco, Ben. "10 Fastest Growing Nations in Internet Use."

39. Fixed broadband Internet subscribers are the number of broadband subscribers with a digital subscriber line, cable modem, or other high-speed technology.

40. The World Bank: World Development Indicators.

41. AMIPCI, 2011. Research Report "Hábitos de los usuarios de internet en México."

42. Bosco, Ben. "10 Fastest Growing Nations in Internet Use."

43. "OECD Rural Policy Reviews: Mexico 2007."



productos y servicios. La habilidad de los emisores para tener acceso a los grandes grupos mediante las redes sociales es una herramienta muy importante para el éxito de la campaña. Noventa y tres por ciento de los usuarios de internet mexicanos tienen acceso a las redes sociales, y 82 por ciento identifican a las redes sociales como una de las principales razones para usar internet, justo por debajo del envío/recepción de correos electrónicos (87 por ciento) y la búsqueda de información (84 por ciento)⁴⁴. Esto significa que más de 47 millones de mexicanos cuentan con acceso a Facebook, Twitter u otra plataforma de redes sociales, lo que es crucial para el éxito de las campañas del crowdfunding⁴⁵. De 2006 a 2012, internet también ha superado a otros medios de comunicación (impresa, radio y televisión) al ser la fuente principal de acceso a la información entre los adultos (ver la imagen de abajo).

Acceso a la electricidad: En 2013, el servicio de suministro eléctrico de México, Comisión Federal de Electricidad, modernizó el proceso para obtener electricidad al ofrecer capacitación a los contratistas e implementar un sistema de información geográfica (SIG) que traza un mapa de la red de electricidad del país, con ello se redujo el tiempo para obtener una nueva conexión eléctrica en la Ciudad de México de

291 días a 85 en el año 2009⁴⁷. Aunque esta situación representa una reducción significativa en los problemas de los trámites para iniciar un negocio o ampliar el acceso a internet, esperar tres meses para poder enchufar una computadora aún está lejos de lo ideal.

Comercio electrónico y sistemas de pago en línea:

El comercio electrónico en México se ha expandido más rápido de lo que se anticipó en 2012, impulsado por aumentos generalizados de internet y el uso de dispositivos móviles. De acuerdo con la AMIPCI, las ventas por el comercio electrónico en México sumaron un total de 6,0 mil millones de dólares estadounidenses en 2012. Alrededor de 21,6 millones de usuarios de internet (cerca del 46 por ciento de todos los usuarios de internet en México) realizaron compras en línea, con un gasto promedio de 378 dólares estadounidenses al año. Esto representó un incremento del 46 por ciento en relación con el año anterior. eMarketer pronosticó que las ventas por comercio electrónico en México alcanzarían los 7,98 mil millones en 2013, y continuarían creciendo a tasas prósperas de dos dígitos hasta el 2016, cuando las ventas anuales alcancen un estimado de 13 mil millones.

Pese a que un cuarto de la población maneja tarjetas de crédito, por lo general, los sitios de comercio

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Tiempo diario promedio que los adultos en México dedican a los distintos medios de comunicación (2006-2012) (horas)⁴⁶ Nota: los porcentajes específicos pueden no cuadrar debido al redondeo de las cifras. Fuentes: GroupM, 'Interaction 2012,' April 9, 2012; gráfico reproducido de www.emarketer.com
Internet	–	2.30	2.96	3.12	2.96	3.45	3.62	
Radio	–	2.48	2.56	3.10	3.06	2.57	2.62	
TV	1.83	1.83	1.87	1.87	1.85	1.88	1.88	
Impresos	0.50	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
TOTALES	–	7.62	8.39	9.09	8.87	8.91	9.12	

44. "Hábitos de los usuarios de internet en México."

45. "Crowdfunding's Potential for the Developing World."

46. "Internet Users in Mexico Embrace Online Entertainment."

47. "Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises."

electrónico no aceptan pagos con tarjetas de crédito para las compras en línea (aunque muchas aceptan tarjetas de débito). Solo el 14 por ciento de los usuarios de internet (aproximadamente 6 millones de personas) realizan compras en línea con regularidad, de los cuales 20 por ciento (1,2 millones) usa PayPal y otro 20 por ciento (1,2 millones) usa un método de pago alternativo. Sin embargo, se prevé que el comercio electrónico se incrementará de manera rápida en los próximos años (*ver imagen 52*). En 2012, el 47 por ciento de los compradores en línea realizaron compras mediante el uso de un dispositivo móvil, 21 por ciento más que en 2011. AMIPCI estima que el volumen de ventas de celulares superará las ventas fijas por internet para 2014. En 2012, el 35 por ciento de mexicanos solo compró en sitios de México, 46 por ciento realizó compras tanto en sitios mexicanos como extranjeros y 4 por ciento lo hizo solo en sitios extranjeros.

Las principales categorías de compras en línea fueron: viajes (36 por ciento), servicios financieros (12 por ciento) y medios y entretenimiento (12 por ciento). Otras categorías grandes incluyeron equipos electrónicos, ropa, software para computadoras y teléfonos celulares⁴⁸.

Cincuenta y un por ciento de la población proporciona información personal en línea y 44 por ciento es muy cautelosa al dar información sobre su tarjeta de crédito en general, sin importar el medio. La confianza que se tenga en la seguridad del manejo de la información personal y financiera en línea puede tener un gran impacto en el uso de los sistemas electrónicos de pago. Muchas personas en México creen que existe una alta probabilidad de que los *hackers* puedan tener acceso a la información personal que se ingresa en línea.

Sin embargo, los emprendedores han demostrado tener gran creatividad, flexibilidad e interés al brindar soluciones de comercio electrónico culturalmente apropiadas y eficaces para el mercado mexicano. Se ha utilizado una amplia gama de mecanismos alternos de pago, incluidos los pagos de teléfonos

celulares, pago en quioscos, tarjetas de prepago y soluciones para remesas, con el fin de aumentar las compras en línea.

Educación empresarial: La educación empresarial se relaciona ampliamente con el conocimiento y las habilidades necesarias para dirigir un negocio. Es muy importante en el contexto de crowdfunding debido a que permite que los propietarios de las campañas desarrollen una presentación persuasiva y convincente a los posibles financiadores y, en especial, a los inversionistas. Un entendimiento sólido del poder del mercado y la capacidad de presentar principios centrales de un plan de negocio, incluidas las proyecciones financieras, también mejorará la calidad de las campañas de los emisores. Sin embargo, la educación empresarial no solo es importante para los emprendedores, sino para los crowdfunders e inversionistas también. Los inversionistas necesitan entender las implicaciones de las proyecciones financieras, las condiciones del mercado y los riesgos fiduciarios relacionados con el crowdfunding, con el fin de evaluar una campaña a fondo. Garantizar que los crowdfunders que participan en el crowdfunding basado en acciones o en préstamos entre particulares, en concreto, estén conscientes de los riesgos relacionados con su inversión es primordial para evitar la publicidad negativa que podría restar mérito al ímpetu de la industria, si los emprendimientos que reciben apoyo no generan los rendimientos esperados.

En general, la escasa disponibilidad de la formación empresarial y los programas de educación contribuyen a los bajos niveles de habilidad empresarial entre las empresas mexicanas. El que solo existan tres escuelas en México dentro de la clasificación —EGADE, ITAM e IPADE⁴⁹— es una muestra de esta deficiencia. Como resultado, la posibilidad de brindar buenas habilidades de gestión de negocios a los emprendedores es altamente limitada. Además, los estudios del Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes (PISA), de la OCDE y la Unesco, indican que el sistema educativo mexicano está rezagado en comparación con los sistemas educativos de diversos países desarrollados. De acuerdo con el estudio

48. "Internet Users in Mexico Embrace Online Entertainment."

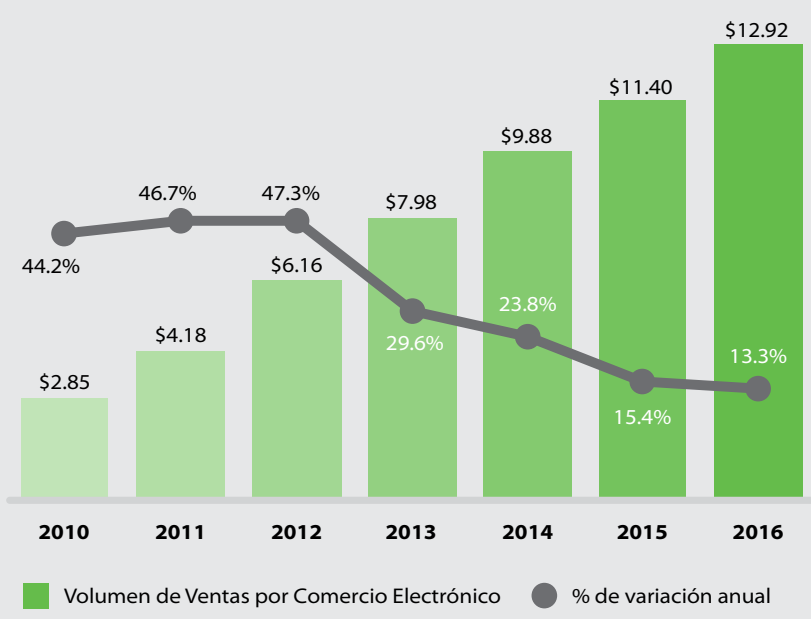
49. Quacquarelli, Nunzio; Byrne, Danny. "QS Global 200 Business Schools Report."

de PISA (2012), México obtuvo un puntaje inferior al promedio de la OCDE en habilidades de escritura, matemáticas y ciencias, entre los jóvenes de 15 años. Solo la mitad de los jóvenes entre 15 y 19 años están inscritos en la escuela, en comparación con un promedio del 82 por ciento de la OCDE, y esto limita la habilidad de los estudiantes para adquirir las habilidades necesarias para aumentar la productividad, mejorar los ingresos y contribuir al crecimiento económico⁵⁰. Sin embargo, México presume tener a los estudiantes de 15 años con mejor educación en América Latina, solo por detrás de Chile. Esto indica un fuerte potencial de los jóvenes para adquirir habilidades empresariales, pero pocas oportunidades para tener una educación formal en negocios o costos prohibitivamente altos que pueden contribuir a disminuir los índices de inscripción en la educación superior. Como corresponde, las entrevistas revelaron que la educación empresarial es una preocupación importante que afecta la capacidad de muchos emprendedores y negocios a usar el crowdfunding de manera eficaz.

Habilidades tecnológicas: Aunque el acceso a internet y las tecnologías de crowdfunding relevantes son factores decisivos para promover el crowdfunding, la capacidad de las personas para utilizar estas herramientas va a determinar el grado en que son capaces de participar en el crowdfunding como un

mecanismo de donación, inversión o financiamiento. Para los negocios, las habilidades tecnológicas son importantes para dirigir el mercado en línea, el comercio electrónico y para crear campañas exitosas de crowdfunding. Por otra parte, el uso de los videos de calidad en las campañas de crowdfunding ha demostrado que aumenta significativamente el índice de éxito en el logro de las metas de financiamiento establecidas.

Del mismo modo, el público en general debe ser capaz de navegar por la red de manera eficaz con el fin de encontrar proyectos en los que estén interesados en apoyar como crowdfunders. Tienen que ser capaces de entender cómo usar una tarjeta de crédito, tarjeta de débito u otro mecanismo de pago digital para hacer transacciones en línea. Los usuarios de internet más activos generarán un diálogo más profundo en torno a las campañas en las PCF, lo que creará menores niveles de fraude y una mayor confianza en los mecanismos de financiación en línea a través del tiempo. Aunque la falta de habilidades tecnológicas entre las MIPYME en México limita su habilidad para sacar ventaja de las herramientas digitales, esto no representa una limitante para el crowdfunding. Por el contrario, brinda oportunidades para que el mercado digital y los servicios de consultoría apoyen a los emprendedores que se esfuerzan por aprovechar el mercado digital de hoy en día.



Ventas por Comercio Electrónico en México: 2010-2016.

Nota: incluye ventas de viajes, descargas digitales y entradas para eventos comprados por medios digitales; excluye apuestas; la conversión fue calculada usando una tasa de USD \$1 = MXN 13.16

Fuentes: eMarketer, enero del 2013; gráfico reproducido de www.emarketer.com.

50. Jeffrey Puryear, Lucrecia Santibañez, and Alexandra Solano. "A New Vision for Mexico 2042: Achieving Prosperity for All."

AMBIENTE POLÍTICO

Resumen

- ▶ La estabilidad política general contribuye a que exista un clima de inversión atractivo en México.
- ▶ Las reformas promulgadas durante el primer año de gestión del presidente Enrique Peña Nieto generan confianza en la habilidad del sector público para diseñar e implementar políticas que apoyen el desarrollo del ecosistema de crowdfunding.
- ▶ La participación activa de las agencias públicas, lideradas por INADEM, en diálogo con las PCF y los actores del sector privado sobre las normativas de crowdfunding ponen a México en una posición sólida para crear un consenso general e implementar reformas de manera eficaz.
- ▶ Aunque los esfuerzos para mejorar la transparencia y reducir la corrupción están en camino, la falta de confianza en las instituciones públicas sigue siendo una gran preocupación.

Para que el crowdfunding se convierta en un mecanismo de financiamiento exitoso para los negocios y los emprendedores, el sector público deberá jugar un papel fundamental en la configuración del ecosistema que permita que las plataformas, los negocios, los donantes y los inversionistas participen en un crowdfunding en línea. Uno de los principales retos que enfrenta el desarrollo de este ecosistema en la actualidad —tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo— ha sido la creación de reglas y normativas necesarias para regular las transacciones financieras en línea, incluido el crowdfunding. La capacidad del gobierno para elaborar e implementar leyes pertinentes, garantizar una coherencia normativa y establecer mecanismos de cumplimiento eficaces para el crowdfunding en línea dependerá de una variedad de elementos del entorno político nacional. Además, estos esfuerzos se pueden ver afectados de alguna manera por las políticas y normativas comerciales existentes. En esta publicación, se examinan la estabilidad política general de México, la capacidad y el liderazgo de las instituciones políticas nacionales, la forma de las estructuras de gobierno, las leyes pertinentes y las normativas para el crowdfunding y el comercio en línea.



Estabilidad política: El relativamente estable clima político en México brinda un entorno que podría llevar al desarrollo del crowdfunding, debido a que reduce la incertidumbre de los inversionistas y, por consiguiente, incrementa el número de prospectos para la oferta de capital. México tiene una democracia participativa donde las instancias militares no están directamente involucradas en los asuntos gubernamentales; asimismo, las elecciones se consideran libres y justas. El panorama político ha cambiado desde aquellos 71 años de gobierno de un mismo partido, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), a una democracia diversa. Desde la década de 1990, México ha operado con tres partidos políticos principales: PRI, PAN y PRD⁵¹. En las elecciones de junio de 2012, Enrique Peña Nieto recibió más de 38 por ciento de votos, con lo que se colocó a la cabeza por 6 por ciento de su principal oponente, Andrés Manuel López Obrador (31,64 por ciento). En comparación, el anterior presidente Felipe Calderón ganó con solo 0,58 por ciento de ventaja en votos en 2006. Un margen de victoria más amplio indica mayor apoyo público inicial para el actual gobierno, que estará en el cargo hasta julio de 2018.⁵²

Ciertamente, la cobertura de los medios se ha enfocado de manera abrumadora en la guerra antidrogas y los delitos afines en la última década. Esto sigue siendo una gran preocupación; durante la presidencia de Calderón, más de 60.000 personas fueron asesinadas debido a la violencia relacionada con las drogas⁵³. A pesar de que sigue luchando con los problemas de inseguridad, el presidente Enrique Peña Nieto ha seguido una agenda de reforma vigorosa para liberalizar la economía y mejorar la transparencia y la rendición de cuentas.

Liderazgo emergente: El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) está liderando los esfuerzos para apoyar el ecosistema empresarial en México. INADEM es una agencia de la Secretaría de Economía

de México cuyo propósito es coordinar la política nacional para apoyar la inclusión de emprendedores y MIPYME al promocionar la innovación, la competencia y el acceso a los mercados nacionales e internacionales. En conjunto con las PCF locales, el INADEM ha establecido un grupo de trabajo para promover el diálogo y apoyar el desarrollo de la legislación y regulación del crowdfunding que son necesarios para que el ecosistema florezca. La participación directa del sector público en este proyecto proactivo es muestra del lugar ventajoso en el que se encuentra México para el diseño y la implementación exitosos de las reformas pertinentes al crowdfunding.

Iniciativas de reforma: La rápida consolidación de las reformas económicas progresistas durante el primer año de la actual administración es un buen augurio para la introducción oportuna de la legislación de crowdfunding. La *Ley de Inversión Extranjera*, la *Ley General de Sociedades Mercantiles* y la *Ley General de Administración* se introdujeron en 2012 para reducir los trámites burocráticos excesivos para los negocios. La administración también introdujo una iniciativa para incrementar la transparencia en la contratación y evaluación de los profesores en febrero de 2013, lo que generó denuncias inmediatas en contra de los funcionarios educativos implicados en gastos ilícitos u otras formas de corrupción⁵⁴. Estas y otras reformas, incluido un cambio en el registro de los negocios en línea, indican un reconocimiento político de la necesidad de una mayor transparencia y reducción de imposiciones a los negocios locales⁵⁵. El gobierno también está considerando un posible incremento en las limitaciones de la propiedad extranjera en sectores energéticos, de transporte y telecomunicaciones con el fin de promover dinamismo y la competitividad en la economía. El fuerte apoyo político para los grandes proyectos de reforma como estos señalan la viabilidad de aprobar reformas razonables, en particular las destinadas a fomentar la innovación y el crecimiento económico.

51. Barone, Michael. "Mexico Becomes a Stable, Politically Diverse Neighbor."

52. Romero, Henry. "Tax Hikes, Security Dent Mexican President's Approval Rating: Poll."

53. O'neil, Shannon K. "Mexico Makes It."

54. Barone, Michael. "Mexico Becomes a Stable, Politically Diverse Neighbor."

55. Tucker, Duncan. "Mexican Reform Aim to Streamline Start-Up Formation."

La confianza en las instituciones públicas es un tema importante en el que el gobierno está trabajando activamente

Transparencia pública y confianza: Desde la perspectiva del crowdfunding, la confianza es un componente esencial que respalda el comportamiento de los mercados capitales. Históricamente, los niveles de confianza en México dentro de las importantes instituciones públicas y privadas no han sido altos. Solo los niveles de confianza de Turquía y Chile fueron inferiores a los de México en relación a todos los países de la OCDE en 2011; de acuerdo con el informe de la OCDE, solo 26 por ciento de los mexicanos expresó altos niveles de confianza en los demás, comparado con más del 80 por ciento de los países nórdicos y todavía muy por debajo del promedio de la OCDE de 59 por ciento⁵⁶. De acuerdo con un estudio de 2012, el 71 por ciento de los mexicanos no confía en su policía local, 66 por ciento no confía en sus legisladores y 65 por ciento no confía en el sistema judicial. Estas cifras incrementaron desde el año pasado⁵⁷.

La confianza en las instituciones públicas es un tema importante en el que el gobierno está trabajando activamente (en especial para acabar con la corrupción). La creación del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública en México, en virtud de la ley de transparencia de 2005, por ejemplo, demuestra este compromiso y la creciente atención otorgada a los temas sobre la confianza, la transparencia y la rendición de cuentas en las salas del

gobierno. Al parecer, los funcionarios públicos están empezando a reconocer que el desarrollo económico se frenará si no se abordan estas cuestiones, lo que ha dado lugar a signos positivos de progreso. La clase media emergente⁵⁸, que ahora representa el 39,2 por ciento de la población en México, ha aumentado los niveles de confianza en las instituciones mexicanas, como indica el aumento de la participación electoral que representa una medida de la confianza pública en el gobierno (del 48 por ciento en 2009 al 63 por ciento en 2012)⁵⁹. Mientras que un gran número de personas en edad adulta se mantienen escépticas, la población de la clase media emergente es mucho más optimista en relación con el futuro. Aunque los niveles más bajos de confianza en las instituciones públicas y privadas se han extendido históricamente, esta percepción está disminuyendo entre muchos.

La excesiva complejidad de las instituciones públicas puede ser perjudicial para el éxito del crowdfunding. Cuando las burocracias públicas son demasiado ininteligibles, el sector privado y el público en general pueden perder la confianza en estas instituciones. Sin importar su validez, es importante abordar dichas percepciones para reforzar la confianza en la capacidad del gobierno para hacer cumplir las normas del crowdfunding de manera eficaz y objetiva.

La complejidad burocrática también puede incitar a la corrupción; una de las principales preocupaciones en México. En 2013, México obtuvo la clasificación 34 en el Índice de Percepción de Corrupción de la organización Transparencia Internacional en una escala de 0 (más alto) a 100 (más bajo). Ese puntaje lo puso a la par con muchos otros países, entre ellos Bolivia, Gabón y Níger, pues llegó al lugar 106 de los 177 países incluidos en la clasificación⁶⁰. Para ampliar esta perspectiva, México se ubica justo por encima de Etiopía y Tanzania, pero es inferior a países como China, Malasia, Filipinas y Zambia, por nombrar algunos.

56. "Society at a Glance 2011."

57. "Poll: 71% of Mexicans Don't Trust Their Local Cops."

58. "Clases Medias en México."

59. "Voter Turnout Data for Mexico."

60. "Corruption Perceptions Index 2013."

AMBIENTE NORMATIVO MEXICANO

Los entornos jurídico y normativo tendrán un papel principal en la operación e integración eficaces de los flujos de capital. Esto será de suma importancia para el desarrollo de un mercado de crowdfunding basado en acciones seguro, fiable y sostenible. Los marcos jurídicos y normativos sancionan al regulador, establecen las normas de participación de los agentes del mercado y establecen normas de cumplimiento.

Los marcos normativos existentes están diseñados para los instrumentos de inversión tradicionales y los modelos que se mueven más lento que las innovaciones con recursos tecnológicos como el crowdfunding. Esta es una razón por la que los modelos de crowdfunding basado en acciones han tardado en surgir. Las agencias normativas se enfocan particularmente en las operaciones bancarias tradicionales y los servicios financieros debido a que estas actividades han prevalecido más tiempo en la economía.

Sin embargo, los movimientos de base han tenido éxito recientemente al atraer la atención a los nuevos modelos de crowdfunding y promover un diálogo productivo en torno a la normativa necesaria de la industria. Pese a que este informe no se aventura a proveer un análisis exhaustivo de las normativas financieras relevantes en México, sí se examinan algunos de los aspectos más relevantes que requerirán de una evaluación y un análisis más detallados.

Las acciones de los innovadores en crowdfunding alrededor del mundo han abogado por el cambio al promocionar el crowdfunding como un medio para encarar los desafíos del financiamiento de las empresas emergentes, las pequeñas y las medianas empresas.

Leyes y normativas empresariales: A pesar de las reformas, aún existe la oportunidad de generar avances en la mejora del clima empresarial nacional para la empresa privada. Existe una falta latente de leyes y normativas comerciales que son esenciales para el uso de las tecnologías de internet, entre las que se incluyen aquellas relacionadas con los derechos de la propiedad intelectual, las firmas electrónicas y la protección de datos del propietario. Aunque esto es en parte el resultado de las demoras burocráticas que impiden que las normativas se mantengan al día con el desarrollo de nuevas tecnologías, el establecimiento de mecanismos que garanticen la protección de los datos en línea, los servicios de pago seguro y la privacidad son cruciales para el éxito del crowdfunding.

Mientras que comúnmente se respaldan los contratos comerciales, a menudo los tribunales son incapaces de procesar las infracciones contractuales de la manera más eficaz o convincente que se quisiera. Del mismo modo, si bien el marco legal se ocupa de los derechos de la propiedad intelectual, el enjuiciamiento por la infracción de los derechos de la propiedad intelectual sigue siendo ineficaz. Las normativas adicionales necesarias para fomentar un mercado de crowdfunding atractivo se encargarían de las actividades permitidas a través de las nuevas tecnologías, como la solicitud de PCF para tomar las medidas pertinentes para prevenir el fraude y el lavado de dinero, así como garantizar la rendición de cuentas de los emisores.

Clasificaciones legales: En la actualidad, las clasificaciones legales disponibles para la mayoría de las empresas privadas, tales como Sociedad Anónima (S. A.) y Sociedad Anónima Promotora de Inversión (SAPI), no abordan adecuadamente las necesidades de las empresas mexicanas para garantizar la inversión extranjera. Como resultado, muchas empresas mexicanas y fondos de CE han establecido entidades legales en otros países, particularmente en Canadá, con el fin de recaudar capital extranjero. Esto es ineficiente, costoso y reduce la oferta de capital en el mercado mexicano. Sin embargo, hoy

en día organizaciones como el Consejo sobre Emprendimiento e Innovación entre México y Estados Unidos (MUSEIC)⁶¹ están apoyando activamente la creación de una nueva y adecuada clasificación legal para las empresas nacionales que facilite el acceso al capital.


Inversionistas institucionales y calificados: La Ley del Mercado de Valores mexicana y las normativas afines definen a los inversionistas institucionales como bancos mexicanos y extranjeros, agentes bursátiles, empresas de seguros y fianzas, depósitos francos, empresas de arrendamiento financiero, empresas de factoraje y fondos de inversión, pensión privada y fondos de anualidades, así como pensión extranjera y fondos de inversión (inversionistas institucionales). Dichas normativas definen a los inversionistas calificados como personas o sociedades que mantienen, durante el año anterior, inversiones en valores por una cantidad igual o similar a 1,5 millones de unidades de inversión (aproximadamente 450.000 dólares estadounidenses) o que han obtenido durante los últimos dos años un ingreso bruto de por lo menos 500.000 unidades de inversión (aproximadamente 160.000 dólares estadounidenses).

A los inversionistas institucionales se les regula arduamente y están sujetos a supervisión por parte de los diversos organismos de supervisión, incluidos la CNBV y el Banco de México. Por lo general, los inversionistas institucionales solo pueden invertir en aquellos activos que explícitamente pueden permitir las normativas⁶².

Protección para los inversionistas: Los emprendedores y las MIPYME necesitan atraer inversiones que amplíen la producción, desarrollen nuevos productos y servicios e impulsen la productividad. No obstante, los inversionistas obviamente están renuentes a dar financiación si existe incertidumbre en torno al uso de los fondos o un alto riesgo de fraude. Sin la legislación específica que permita que los accionistas minoritarios responsabilicen a las empresas, los inversionistas seguirán estando renuentes a invertir, lo que impedirá que la economía pueda financiar el

61. "MUSEIC is comprised of representatives from the U.S. State Department, Mexico's Ministry of the Economy and the U.S. Embassy in Mexico."

62. Perez, Pablo, and Rich Mueller. "Mexico."



crecimiento del sector privado. Estudios recientes muestran que se puede mejorar la eficacia normativa al incrementar el control de los supervisores del mercado, establecer tribunales especializados y renunciar a los honorarios legales para los juicios de accionistas⁶³.

A la fecha, el entorno normativo mexicano ha seguido un modelo de “precaución del inversionista” y con ello deja la responsabilidad de las debidas diligencias en su mayoría en manos de los inversionistas. Además, no existe una organización pública cuya responsabilidad primordial sea proteger a los inversionistas de un fraude o aseveraciones engañosas. Por el contrario, los mercados fuertemente regulados, como los de EE. UU., aumentan la protección de los inversionistas, y esto hace que sea más difícil cometer fraude; aunque tiene un costo. La supervisión gubernamental del entorno normativo, así como los requisitos para los prestadores de servicios profesionales, como los asesores de impuestos, los consultores financieros o agentes, pueden incrementar el costo de capital (solicitar estados financieros auditados, por ejemplo, puede requerir que las PCF contraten contadores y notarios públicos).

Menos normativas han beneficiado a México en las etapas iniciales del desarrollo del mercado donde el reto ha sido obtener inversión. Sin embargo, conforme aumenta la inversión, existe una necesidad correspondiente de incrementar la protección del inversionista mediante la divulgación o los requisitos de transparencia y el recurso legal adecuado. El entorno normativo menos desarrollado en México en realidad ofrece una mayor flexibilidad para abordar las preocupaciones del ICF al tiempo que permite

que las MIPYME y los emprendedores tengan acceso a capital asequible a través del crowdfunding.

Normativas del crowdfunding: La venta de valores mediante los modelos de crowdfunding en línea es un nuevo fenómeno y la mayoría de los gobiernos no la entienden en su totalidad. A nivel mundial, se está desarrollando un movimiento para adoptar este nuevo modelo, que ahora está empezando a llamar la atención de un público más amplio. Se están revisando las leyes de valores actuales alrededor del mundo y, en algunos casos, se están reformando para apoyar la venta y publicidad de los valores a través de internet para diferentes clases de inversionistas (p. ej., la exención de la “Reg. D” de los valores estadounidenses ahora permite solicitudes de inversionistas acreditados).

Como en otros mercados en etapas iniciales de desarrollo de crowdfunding, las entrevistas revelaron una falta común de claridad en relación con el alcance de lo que se permite en la actualidad o lo que las nuevas normativas deberían permitir al abordar el crowdfunding. Muchos creen que los cambios son necesarios para proveer las bases jurídicas necesarias para apoyar el crowdfunding. Los inversionistas con experiencia en los mercados capitales de los EE. UU. tienen altas expectativas con respecto a la protección de los inversionistas y la rendición de cuentas de los emisores, lo que actualmente no existe en el marco de los valores mexicano. El sector privado busca el apoyo del gobierno para garantizar que se cumplan los contratos y que las consecuencias de infringir la ley sean lo suficientemente estrictas para disuadir la actividad delictiva y se hagan cumplir debidamente en la práctica.

Como en otros mercados en etapas iniciales de desarrollo de crowdfunding, las entrevistas revelaron una falta común de claridad en relación con el alcance de lo que se permite en la actualidad o lo que las nuevas normativas deberían permitir al abordar el crowdfunding.

63. “Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises.”

CONTEXTO CULTURAL

Resumen:

- ▶ A pesar de los estigmas persistentes vinculados al fracaso, se está desarrollando una cultura empresarial dinámica en México, lo que genera oportunidades para la innovación y la inversión.
- ▶ Los fuertes lazos familiares, las costumbres de la acción colectiva y la colaboración a través de instituciones religiosas contribuyen a enriquecer el tejido social y el sentido de comunidad, reforzando la voluntad subyacente de las personas para apoyarse entre sí.
- ▶ Los altos niveles de delitos relacionados con las drogas y las percepciones de la débil infraestructura de seguridad cibernética contribuyen al temor general hacia los medios de transacción en línea y la disposición de información personal o financiera. Superar los bajos niveles de confianza en las tecnologías de internet será un desafío clave para facilitar el desarrollo integral del ecosistema del crowdfunding.

Las dimensiones del ecosistema de crowdfunding mexicano planteadas hasta este punto se refieren en gran parte a la situación de los criterios técnicos que pueden permitir o inhibir el uso del crowdfunding como mecanismo de financiamiento práctico para los emprendedores y las MIPYME. No obstante, en el fondo, el crowdfunding es impulsado por fuerzas sociales que determinan el grado en que los fondos se pueden canalizar con éxito a estas empresas a través de portales en línea; sin la participación de los grandes grupos, el crowdfunding resulta imposible. Como tal, es importante considerar diversos aspectos de la cultura local que puedan influir en la voluntad de los grandes grupos para participar en el crowdfunding en línea. En esta publicación, se examinan los aspectos clave de la cultura mexicana que pueden influir en el desarrollo del crowdfunding.



Cultura emprendedora: En el pasado, la pobreza generalizada y las bases económicas volubles disminuyeron la confianza en el potencial de las empresas para proporcionar estabilidad económica o aspiraciones sociales. Sin embargo, hoy en día, pese a los estigmas negativos relacionados con el fracaso, la clase media emergente parece tener mucho más espíritu emprendedor dinámico que las anteriores generaciones. Mientras que los estigmas sociales pueden disminuir la disposición de las personas a asumir riesgos, el crowdfunding puede disipar este temor al vincular el éxito del emisor con los financiadores de campañas. Los emprendedores estarán propensos a asumir más riesgos y llevar a cabo innovaciones si tienen acceso al capital flexible y de bajo costo que a las ofertas comerciales. Sin embargo, el impacto de la obtención de apoyo de los círculos sociales por parte de los emprendedores es menos claro. Por una parte, el apoyo de amigos y familiares podría motivar a los emprendedores a trabajar arduamente para tener éxito. Y por el otro lado, la influencia negativa de los estigmas sociales podría incrementar en el caso de un emprendimiento fallido que se haya fundado por personas dentro del círculo social del emprendedor.

Fuertes lazos familiares: La cultura mexicana está marcada por los fuertes lazos familiares. Estos lazos constituyen un aspecto importante de la sociedad mexicana⁶⁴, lo que presenta una oportunidad increíble para el crowdfunding, en especial conforme incrementa el número de usuarios de internet y el predominio de las redes sociales aumente. Las conexiones familiares no se limitan solamente a la familia directa, y la cercanía de las grandes familias crea redes mayores en las comunidades y la diáspora. Las grandes familias en México también influyen en las decisiones financieras individuales y familiares⁶⁵. En particular, en las pequeñas comunidades y zonas rurales, los lazos familiares constituyen la base de la confianza y el compromiso dentro de la comunidad. En México, el alto nivel de participación en los asuntos familiares, tales como la gestión de una empresa, es más probable que influya en las decisiones profesionales y afecte positivamente a la probabilidad de que un individuo se convierta en un emprendedor⁶⁶.

Costumbres de la acción colectiva: La proliferación de la acción colectiva para lograr objetivos comunes también es un indicio de la buena disposición cultural para la adopción del crowdfunding. Por ejemplo, en la tradición de las fiestas de quince años, que representa la transición de niña a mujer, toda la familia contribuye a financiar la fiesta. La costumbre de las tandas, una forma de alternar los ahorros y las asociaciones de créditos, es otro ejemplo de la acción colectiva que prevalece en la cultura mexicana, lo que demuestra una fuerte conexión con el crowdfunding (y podría considerarse un modo de crowdfunding en sí).

Colaboración religiosa: Existe un profundo sentido de apoyo mutuo y colaboración en las comunidades que comparten afinidades religiosas. Más del 83 por ciento de los mexicanos profesan la religión católica romana (93 millones). Las iglesias —que también se financian mediante la tradición del crowdfunding basado en donaciones— se involucran en muchos aspectos de la sociedad y constituyen una fuente importante de acción colectiva. La iglesia católica es una institución influyente que podría fomentar aún más el desarrollo del ecosistema de crowdfunding. Incluso se podría utilizar el crowdfunding como un medio alternativo para recopilar apoyo financiero de sus miembros o como un mecanismo para canalizar los fondos a las iniciativas comunitarias que apoya, como un comedor social o un albergue para personas sin hogar.

Confianza: Como un aspecto cultural, la confianza puede ser un factor decisivo en el uso de internet, así también la manera como deben usarlo. La amplitud del uso de las redes sociales y el predominio de las compras en línea son factores importantes para el posible éxito del crowdfunding. La confianza en la seguridad de los sistemas digitales tendrá un gran impacto en su disposición para participar en el crowdfunding en línea. Los bajos niveles de confianza en general tienen implicaciones importantes en cuanto al nivel de confianza que tienen las personas al usar los mecanismos de pago en línea, participar en las redes sociales y compartir la información en línea. Una relativa falta de familiaridad en el uso de

64. Carrasco, Fernando P., Dr. and Maite Lot. "Family Culture in Mexico and the Well-Being of the Population."

65. Farfán, Gabriel. "Extended Families across Mexico and the United States."

66. Camp R.A. "Entrepreneurs and Politics in Twentieth-Century Mexico."

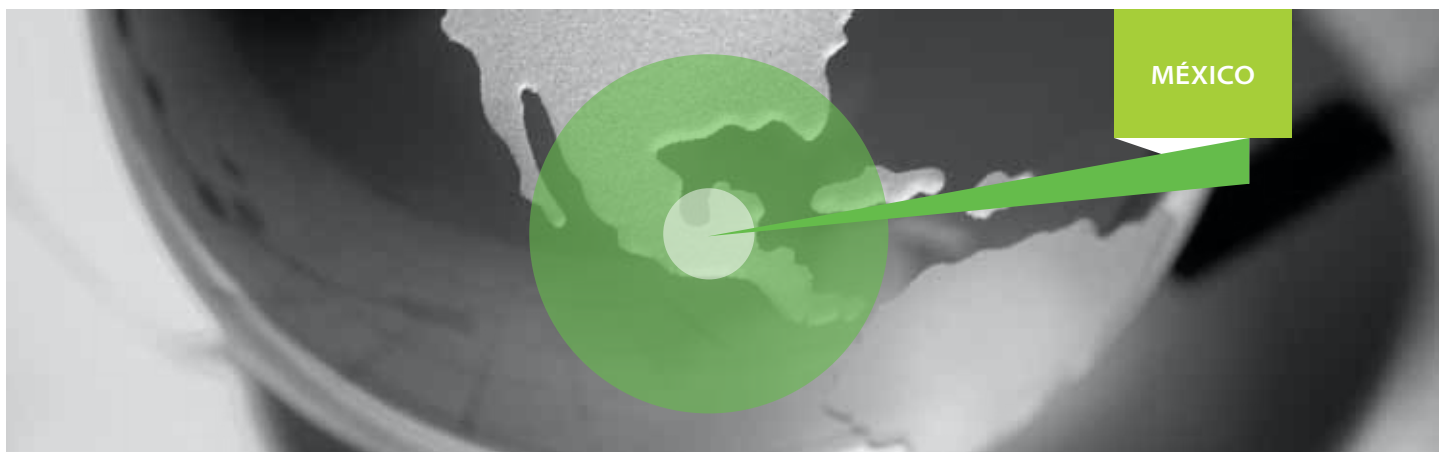
internet y las tecnologías afines también puede agravar los efectos de la falta general de confianza en la sociedad, lo que podría aumentar la aversión al uso de internet. De hecho, una investigación de McKnight y Chervany (2002) muestra que la falta de confianza en las tecnologías digitales y en internet, incluidos los comerciantes virtuales, puede obstaculizar la adopción del comercio electrónico⁶⁷. Las entrevistas también revelaron una preocupación general de que las transacciones en línea se puedan ver afectadas por casos de fraude que a la larga no se puedan indemnizar, o que los productos o servicios que se adquieran en línea sean falsos.

Un estudio reciente del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) muestra que ha habido un incremento en la desconfianza en México debido a la corrupción y al aumento en los casos de delito y violencia. Dicha inseguridad e incertidumbre han provocado que muchas personas deseen mantenerse en el anonimato. La confianza y la seguridad personal son factores decisivos para fomentar el emprendedurismo y hacer negocios. Los niveles de delincuencia y la falta de confianza en el sistema judicial, en particular, son barreras significativas para los emprendedores y los negocios en toda América Latina⁶⁸.

Delitos y seguridad cibernética: La actividad delictiva en México también ha generado inquietudes en torno al uso de internet. Las entrevistas indican que los mexicanos están renuentes a proporcionar información personal en línea debido al temor de que

puedan estar expuestos al robo de identidad, la pérdida de datos, estar implicados en un caso de lavado de dinero o, en sumo grado, que corran peligro físico. En la actualidad, la seguridad en línea no se considera adecuada para evitar que se presenten estos riesgos. El costo de los fraudes en línea y los delitos cibernéticos han incrementado rápidamente en los últimos años. Mientras que el gobierno lucha por mantener el ritmo de los constantes avances tecnológicos, los costos de la investigación de los casos y persecución de los autores de los delitos cibernéticos en México son casi el doble de lo que fueron en 2011, lo que resalta la inoportuna situación del país como un centro regional de la delincuencia en línea⁶⁹.

Una de los supuestos tradicionales del crowdfunding es que los grandes grupos brindan una oportunidad para crear mayor transparencia y rendición de cuentas entre los negocios y los inversionistas (y, de manera indirecta, a través de la extensa comunidad). Sin embargo, uno de los temas recurrentes que surgió en las entrevistas fue que los negocios mexicanos y la cultura de inversión no necesariamente buscan altos estándares de transparencia. Los negocios no muestran más información al público o a sus inversionistas de la que deberían. Por otro lado, pocas personas confían en que dicha información sea constantemente confiable. Debido a esto, muchos inversionistas mexicanos han invertido en activos físicos como terrenos y bienes raíces, pues suelen ser más previsibles que otras inversiones, pero que raras veces se consideran impulsores del dinamismo económico.



67. McKnight, D., & Chervany, L. "What trust means in e-commerce customer relationships."

68. Brunetti, Kisunko and Weder. "International Obstacles to Doing Business."

69. Southwick, Natalie. "Norton Says Cyber Crime Costs Mexico \$3B Per Year."

5.6

EL PANORAMA ACTUAL DEL CROWDFUNDING MEXICANO

Las plataformas de crowdfunding están surgiendo en otros mercados como actores importantes que tienen la capacidad de cubrir el déficit entre la oferta de capital y la demanda de financiación. Las PCF mexicanas también tienen este potencial. De hecho, a pesar de estar en ciernes, hoy en día diversas PCF ya operan en México, usando los modelos del crowdfunding no financiero y financiero. Estos incluyen tanto las empresas locales como las subsidiarias de las PCF que radican en otros países. A continuación, se proporciona un breve panorama de estas plataformas y se resaltan diversas tendencias sobresalientes que están empezando a relucir en el mercado.

Plataformas de crowdfunding en México⁷⁰

Las PCF sin rendimiento financiero más grandes y mejor establecidas en México son Fondeadora (Fondeadora.mx) e Idea.me. Fondeadora, que inició operaciones en junio de 2011, ofrece modelos basados en donaciones y recompensas; su volumen de financiación total se aproxima a los 800.000 dólares estadounidenses con 121 proyectos exitosos. Fondeadora ha visto un crecimiento rápido en el mercado de crowdfunding mexicano; el volumen de recaudación de fondos en la primera mitad de 2013 fue el mismo que se logró en tres años de operación, lo que muestra un incremento sustancial en la participación. Idea.me, que ofrece crowdfunding basado en recompensas, inició operaciones en Chile y Argentina en agosto de 2011 y en México, en marzo de 2012. Idea.me también opera en EE. UU., Colombia, Brasil y Uruguay. Idea.me ha recaudado 1,8 millones de dólares estadounidenses en todos los países y 300.000 dólares estadounidenses en su portal mexicano.

Nombre de la plataforma	Tipo de CF	Volumen de financiación total en México (en USD)	# de campañas financiadas	Base comercial	País de origen	Fecha de lanzamiento (en México)
Fondeadora.mx	Donación, recompensa	800.000	121	Artistas, emprendedores	México	Junio de 2011
Crowdfunder.mx	Acciones	4.100.000	N/D	Emprendedores	México/EE. UU.	Noviembre de 2012
Idea.me	Recompensa	300.000	57	Emprendedores, artistas, ONG, proyectos comunitarios	Argentina	Febrero de 2012
Kiva.org	Préstamo	10.500.000	22.000	Emprendedores, entre particulares	EE. UU.	Octubre de 2006
Prestadero.com	Préstamo	840.000	204	Entre particulares	México	Junio de 2012
Kubo Financiero	Préstamo	1.100.000	640	Entre particulares	México	Noviembre de 2012
Vakita Capital	Acciones	N/D	N/D	Inversionistas, emprendedores	México	Abril de 2013

En la actualidad, Vakita Capital (vakitacapital.com), que está en proceso de iniciar operaciones, y Crowdfunder Mexico (crowdfunder.mx) son las únicas dos PCF que ofrecen (o están por ofrecer) crowdfunding basado en acciones. Crowdfunder Mexico inició operaciones en 2012, y opera al unísono con su matriz en EE. UU. (Crowdfunder.com). Hoy en día, apoya a emprendedores mexicanos que recaudan capital con ofertas de las normas de valores estadounidenses S. La norma S está disponible para las ofertas, tanto de acción y de títulos de deuda, donde la oferta o venta se deben realizar a través de una operación fuera del país y donde el emisor, distribuidor, cualquier filial correspondiente o cualquier persona que actúe a su nombre no pueden hacer "actividades de venta dirigidas".

Vakita Capital, que inició operaciones en abril de 2013, será la primera PCF que ofrezca crowdfunding nacional basado en acciones. Vakita Capital

apoyará a los emisores mexicanos a recaudar capital de los inversionistas calificados en México. Este año, INADEM le otorgó a Vakita Capital un capital de inversión de 400.000 dólares estadounidenses al solicitar fondos como parte del programa de Convocatorias del INADEM⁷¹, y ha establecido el Fondo Vakita para proporcionar apoyo de inversión a las empresas emprendedoras a través de su plataforma en línea.

Existen también diversas PCF basadas en préstamos que operan en México. Kiva.org, por ejemplo, ingresó al mercado en octubre de 2006 y desde entonces ha dado préstamos a más de 22.000 emprendedores y MIPYME que en total suman 10,5 millones de dólares estadounidenses aproximadamente. Otras PCF tradicionales basadas en préstamos son Kubo Financiero (kubofinanciero.com) y Prestadero.com. Otras tres plataformas de PCF, Lenddo.com, Creditlikeme (credi.mx) y

⁷⁰. Las plataformas que se muestran en esta tabla tienen el propósito de ofrecer un panorama básico de la industria actual en México; no tiene la intención de brindar una lista exhaustiva de todas las plataformas.

⁷¹. Convocatorias # 3.2: Programa para el Desarrollo de Capital Empresarial.



Kueski.com, operan de manera un poco diferente; financian pequeños créditos de otras fuentes de capital en lugar de redes comunitarias. Además, Kubo Financiero está registrada como una SOFIPO (Sociedad Financiera Popular), lo que permite que los crowdfunders creen un portafolio de varios solicitantes de préstamos para diversificar el riesgo y generar los retornos desados.

Por último, algunos sitios de crowdfunding no financiero han iniciado operaciones en México, tales como Karmashop.org, Geteo.org, MiCochinito.com.mx y Bandtastic.me (que está en proceso de lanzamiento). Recientemente, Karmashop ganó el primer lugar en el Desafío Global de Intel 2013 en la Universidad de California en Berkeley, y recibió un premio de 10.000 dólares estadounidenses de la Fundación Intel. Karmashop creó una plataforma de crowdfunding que permite a los usuarios personalizar la manera como quieren recibir donaciones,

y le da a los donantes "Puntos Karma" a cambio. Por ejemplo, una campaña de Karmashop para recaudar fondos para los miembros de la comunidad afectados por las recientes inundaciones en México les dio a los donantes la opción de contribuir con artículos de ayuda específicos, como agua, productos de primeros auxilios y albergues⁷².

El desarrollo del ecosistema de crowdfunding se está moviendo rápidamente y, como se ha visto, existen diversos actores que ya están contribuyendo, y algunos más están buscando ingresar al mercado en un futuro cercano. Los emprendedores innovadores están lanzando PCF tanto financieras como no financieras. Están construyendo modelos de negocios únicos hechos a la medida del mercado local, a la vez que promocionan sus marcas y forman relaciones estratégicas con los proveedores de servicios. Por otro lado, los donantes y los inversionistas están usando las PCF para canalizar sus fondos.



Gráfico basado en elaboración por Massolution.

72. "Chilean Students Win Intel Award in Silicon Valley Entrepreneurship Experience."

Las principales partes interesadas han empezado a colaborar formalmente una propuesta para la creación de la Asociación Mexicana de Crowdfunding (AMC) para diseñar estrategias viables y promover acciones que apoyen el comienzo del ecosistema de crowdfunding. La propuesta de la AMC incluye a líderes de diversas PCF mexicanas, bancos comerciales y el sector público (en concreto, el INADEM). Este grupo provee un foro reconocible a través del cual se pueden revisar las políticas y proponer reformas para fomentar nuevos tipos de crowdfunding, mejorar la protección de los inversionistas, capacitar a los emprendedores e inversionistas y fortalecer la seguridad cibernética. También facilita el debate de otros temas relevantes para el crowdfunding y sirve para establecer relaciones entre los participantes clave.

Las empresas grandes también se están interesando en el crowdfunding en México. Los proveedores de servicios comerciales (p. ej., Banamex y PayPal) están evaluando el mercado, estimando la demanda y considerando sus puntos de entrada preferidos y el tiempo. Cada vez más, se reconoce al crowdfunding como un modelo capaz de apoyar los temas prioritarios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), así como una incubadora de contenidos, talento y propiedad intelectual; cuestiones de las que cada vez son más conscientes las grandes empresas.

La sociedad de Fondeadora con Televisa, el principal medio de difusión, es un gran ejemplo de esto. Al reconocer el valor de la asociación de marcas con productores independientes de contenido a través del crowdfunding, Televisa repartirá los fondos recaudados a través de la plataforma de Fondeadora entre una selección de proyectos de crowdfunding de alto interés. Fondeadora también está colaborando con Masisa, uno de los productores de tabletes de partículas y fibra de madera más grandes de América Latina. Estas asociaciones se basan en la experiencia de Fondeadora para apoyar el desarrollo de la PCF mexicana de Coca Cola, Transformadora. La plataforma de Coca Cola inició operaciones

para apoyar la introducción de su marca de agua, Ciel, en México. Una vez más, existe un gran componente por el que Coca Cola asignará fondos para proyectos específicos; la campaña Agua Cotidiana, por ejemplo, está desarrollando un filtro que limpia y recicla el agua de la regadera⁷³.

Otras iniciativas están canalizando apoyo para los negocios marginados a través del crowdfunding. Como parte del Emprendedurismo de la Mujer en las Américas (WEAmericas), el fondo fiduciario Mujer Empresaria del FINPYME en la Corporación Interamericana de Inversiones, miembro del grupo del BID, está tomando ventaja de las sociedades públicas y privadas al enlistar el apoyo de las instituciones financieras internacionales para incrementar la participación económica de la mujer y abordar tres barreras con que las emprendedoras se enfrentan a menudo al iniciar o hacer crecer su MIPYME: acceso a las capacitaciones y las redes, acceso a los mercados y acceso a las finanzas⁷⁴. Si bien esto difiere un poco del crowdfunding, se compara con los modelos existentes y se puede respaldar mediante la integración con las PCF.

Además, el apoyo de las principales partes interesadas locales en los sectores públicos y privado, así como las instituciones internacionales, refleja la confianza en el crowdfunding como un mecanismo para impulsar la actividad emprendedora y mejorar el acceso a la financiación a través de las tecnologías comprobadas. Las inversiones en el desarrollo del mercado están creando conciencia sobre el crowdfunding y están proporcionando el conocimiento para permitir que el modelo y su potencial se entiendan.

Por lo general, el crowdfunding en México ha seguido un patrón similar a la experiencia de otros países. En un inicio, se logró impulsar el mercado mediante los modelos de crowdfunding no financiero, que contribuyeron a dar credibilidad a los modelos basados en la deuda y en acciones. Más tarde, la presión de los intereses políticos y financieros, tanto nacionales como extranjeros, crearon

73. "Agua Cotidiana."

74. "Women's Entrepreneurship in the Americas (WEAmericas)."



oportunidades para que se revisaran y reformaran las leyes de valores y con ello facilitar la transición al crowdfunding financiero. Esto permite que las partes interesadas incorporen lo que aprendieron en el proceso del crowdfunding no financiero al diseño y la implementación de las iniciativas del crowdfunding financiero.

Riesgo reputacional: Como un nuevo mecanismo de mercado basado en las transferencias financieras digitales, lógicamente se ve al crowdfunding con cierta incertidumbre. Como tal, es esencial mostrar los primeros logros y evitar los fracasos notorios y la prensa negativa que pueda obstaculizar el desarrollo del crowdfunding a largo plazo. Sin sistemas básicos que garanticen la transparencia y la rendición de cuentas, el riesgo de fraude se-

guirá aumentando a medida que más actores se involucren en varios modelos de crowdfunding. Ambos modelos, financieros y no financieros, están expuestos a los riesgos de fraude, lo que representa una gran preocupación si se tiene en cuenta el grave daño que se podría causar si los donantes o los fondos de los inversionistas se canalizaran a empresas o proyectos falsos. En los EE. UU., los casos de fraude son limitados debido a que es necesario que los negocios o las organizaciones benéficas estén registradas formalmente con una cuenta bancaria reconocida, presenten impuestos y estén sujetos a supervisión ante comités regulatorios específicos y organismos que protejan la industria. Las regulaciones permisivas en México promueven situaciones de riesgo que pueden debilitar el potencial del crowdfunding financiero y no financiero.



PUNTOS DE COMPARACIÓN: EXPERIENCIA INTERNACIONAL CON LAS NORMATIVAS DEL CROWDFUNDING BASADO EN ACCIONES

Las diversas condiciones en los mercados han creado diferentes formas de implementar el crowdfunding basado en préstamos y en acciones. Es importante considerar la experiencia del crowdfunding en otros mercados para poder considerar las mejores prácticas y enseñanzas aprendidas al buscar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding en México. Los siguientes ejemplos ilustran algunos enfoques alternos⁷⁵.

⁷⁵. Se puede encontrar más información sobre los marcos del crowdfunding legal internacional en otros países en el Informe de la industria del crowdfunding 2013CF de Massolution.



5.7.1

Implementación rápida de manera controlada: Crowdfunding de acciones en Italia

La comisión de valores financiera de Italia, CONSOB, fue la primera de un país europeo en aprobar la legislación —que entró en vigor el 27 de julio de 2012— que permitió el crowdfunding basado en acciones⁷⁶. La normativa núm. 18592 permite que cualquier inversionista, sin importar la nacionalidad o el lugar de residencia, compre títulos de renta variable mediante una plataforma italiana de crowdfunding basado en acciones, siempre que el inversionista apruebe una evaluación que demuestre que entiende los riesgos implicados y puede permitirse la posibilidad de perder su inversión. En comparación con otros mercados, Italia aceleró el proceso para establecer una serie de normas destinadas a revitalizar su mercado de capital inicial en apuros y proporcionar un marco para proteger a los inversionistas. Los elementos clave del marco incluyen la restricción a entidades para recaudar capital bajo una categoría definida como “Empresas emergentes innovadoras” (reconocidas como tales por la Cámara de Comercio); una institución o inversionista profesional debe suscribirse a un mínimo del 5 por ciento de los valores vendidos, lo que limita la recaudación a cinco millones de euros, y ello permite que los inversionistas se retiren antes de que se cierre la ronda y vendan sus acciones si el propietario mayoritario liquida su inversión. Asimismo, los profesionales calificados que cuenten con las certificaciones correspondientes y experiencia en el sector financiero son los que deben dirigir las PCF basadas en acciones.

La estrategia de la CONSOB era acelerar la introducción del crowdfunding basado en acciones de forma limitada para que las empresas emergentes tuvieran acceso rápido al capital semilla, con la condición de evaluar periódicamente lo que funcionaba o no, y con ello modificar la ley en caso de que fuera necesario.

5.7.2

Respuesta a los avances del mercado a la par que se consideran los cambios de las políticas públicas: Crowdfunding de acciones de le Reino Unido

El organismo regulador del Reino Unido, la Autoridad de Servicios Financieros (FSA), está adoptando un enfoque dual. Está evaluando la estrategia de hacer cambios a la política normativa nacional a largo plazo junto con la expedición de licencias a las PCF individuales que soliciten autorización y aprueben la auditoría requerida. La autorización de la FSA incrementa la confianza del inversionista y brinda niveles suplementarios de protección. Crowdcube.com fue la primera PCF del Reino Unido basada en acciones que recibió la autorización de la FSA como una PCF regulada.

76. Lerro, Alessandro M. “Protections Offered to Investors Under Italy’s Equity Crowdfunding Law.”

5.7.3

Implementación en un mercado altamente regulado: Crowdfunding de acciones en EE. UU.

La Ley de Acceso del Emprendedor al Capital fue el primer proyecto de ley de los EE. UU. diseñado para crear una exención regulatoria para los valores financiados colectivamente. Posteriormente, se introdujeron dos propuestas del Senado (S.1791 y S.1970) que se enfocaban de manera similar a la nueva exención del crowdfunding. Se presentó otro proyecto de ley en la Cámara (H. R. 3606) en diciembre de 2011 para exonerar a las empresas con ingresos anuales menores a un mil millones de ciertos requisitos de cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley. Ante una gran cantidad de proyectos de ley que se superpusieron, se introdujo una nueva versión de la H. R. 3606 a la Cámara y cambió de nombre a la Ley JOBS⁷⁷ (Jumpstart Our Business Startups [reactivar nuestra creación de empresas]). Como parte de la Ley JOBS, se promovió el proyecto de ley del crowdfunding con base en su potencial de reactivar pequeñas empresas y crear nuevos empleos en la economía.

Pese a que los tiempos del proyecto de ley resultaron ventajosos en cuanto a su rápido progreso en el Congreso, el mismo no siguió un proceso legislativo normal. Como resultado, se aprobó el proyecto sin la inclusión de las partes interesadas en la elaboración o la obtención del apoyo público. Esto tomó por sorpresa a la Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos (SEC), así como a organizaciones como FINRA y actores del capital privado tradicionalistas, pues no pudieron brindar asesoría en los asuntos importantes. En lugar de ser los principales organismos dentro del entorno normativo que facilitarían la implementación, la SEC y FINRA enfrentaron renuente un reto complejo para "acomodar" el crowdfunding basado en acciones en un marco regulatorio complejo, que fue diseñado para una estructura de mercado de capital diferente.

Pese a que sin las circunstancias políticas impulsoras el proyecto de ley no se habría aprobado, el precio que se pagó por el proceso legislativo acelerado fue un periodo prolongado de "elaboración de normas". Se cumplirán dos años desde que se aprobó el proyecto de ley antes de su plena entrada en vigor, lo que ha tenido consecuencias materiales sobre la manera como se ha desarrollado el mercado. En lugar de que el mercado se desarrollara con un buen inicio, ahora vemos una dispersión del mercado. Muchas de las PCF y personas pioneras que formaron el movimiento inicial se quedaron sin fondos y se fueron debilitando antes de que el mercado pudiera operar legalmente y tomar forma. Además, muchos estados, descontentos por la implementación del crowdfunding basado en acciones a un nivel federal, ahora están evaluando su propia versión de la Ley JOBS y el proyecto de ley de crowdfunding. La falta de armonía de las leyes de valores a la larga inhibirá el desarrollo de la industria en los EE. UU.

Resulta comprensible que al principio los actores estén adoptando un enfoque cauteloso y evaluando metódicamente las cuestiones importantes respecto a las necesidades de los inversionistas, emisores e intermediarios, así como el entorno operativo del crowdfunding en el futuro.

77. 112th Cong. HR 3606. Congressional Research Service.

6.

RECOMENDACIONES

La investigación y el análisis presentados en este informe tienen el propósito de comunicar una serie de recomendaciones específicas que apoyarán el desarrollo y la aceleración del ecosistema de crowdfunding en México. Las ventajas, desventajas e idiosincrasias bien definidas que se identificaron en el ecosistema actual guiarán los esfuerzos para mejorar el posible impacto del crowdfunding en los emprendedores mexicanos, las MIPYME y los inversionistas. Si bien se da consideración especial a los aspectos únicos del contexto local, las recomendaciones que se ofrecen también se presentan con base en la experiencia internacional con la reforma de crowdfunding en otros mercados. Los esfuerzos concertados acelerarán el desarrollo del crowdfunding, que ha sido natural hasta ahora en México, y permitirán que los empresarios impulsen el crecimiento económico y el dinamismo.

En esta sección, se organizan las recomendaciones de conformidad con los Cinco pilares de intervención™ de C-STEP™: la oferta de capital, la demanda de financiación, la estrategia del mercado, la gestión y los facilitadores. Se propone una serie de recomendaciones junto con una breve explicación y una lista de puntos a seguir concretos relacionados con cada una. Con base en el análisis, se plantea qué actor parece estar en el mejor lugar para buscar una acción específica de manera eficaz. En la mayoría de los casos, los puntos a seguir requerirán de una coordinación entre las diversas partes interesadas y la definición de responsabilidades para poder lograr los resultados deseados. Los puntos a seguir se ordenan de acuerdo con el nivel de prioridad que se percibe y la urgencia con el fin de centrar la atención en los actores clave y las personas que toman las decisiones sobre los asuntos en los que la puntualidad es una preocupación relevante. Al final, será decisión de las partes interesadas determinar el camino adecuado para desarrollar un ecosistema de crowdfunding sólido en México. Existen muchas maneras de hacer esto, pero se espera que, como mínimo, estas recomendaciones estimulen un diálogo productivo y fomenten la participación de los líderes de los sectores público y privado y la sociedad civil.

OFERTA DE CAPITAL

El anterior análisis identifica diversas cuestiones que afectan la capacidad de los emprendedores y los negocios para tener acceso al capital necesario para iniciar o hacer crecer sus operaciones. En primer lugar, en muchas ocasiones la asimetría de la información no permite que las instituciones financieras actuales identifiquen oportunidades de préstamo o inversión en el mercado nacional. De manera similar, los posibles crowdfunders tampoco podrían tener conocimiento de dichas oportunidades. En segundo lugar, las fuentes existentes de oferta de capital por lo general excluyen a una gran parte del mercado y, a menudo, son sumamente costosas para muchos empresarios en ciernes y pequeñas empresas. Además, la cercanía con el próspero mercado estadounidense presenta tanto oportunidades como posibles desafíos. Lo atractivo del clima de inversión en México determinará si el capital entra o se aleja de la economía nacional. La mejora de la oferta de capital nacional requerirá ciertas acciones para hacer que las fuentes de capital existentes sean más accesibles y que se creen oportunidades adicionales para los actores nacionales e internacionales con el fin de proveer financiación mediante las plataformas de crowdfunding en línea. El objetivo del pilar de la oferta de capital es incrementar el acceso a la financiación para que los emprendedores, los negocios, los proyectos sociales y los emprendimientos independientes cumplan su demanda.

RECOMENDACIONES

1

APROVECHAR EL ENTORNO NORMATIVO ACTUAL PARA INCREMENTAR EL CAPITAL DISPONIBLE PARA LOS EMPRENDEDORES

2

CONSTRUIR UN MERCADO DE CROWDFUNDING NO FINANCIERO ESTABLE

3

APOYAR EL DESARROLLO DEL MERCADO DE CROWDFUNDING BASADO EN ACCIONES

4

CREAR INCENTIVOS PARA LA REPATRIACIÓN DEL CAPITAL MEDIANTE EL CROWDFUNDING

5

CREAR INCENTIVOS PARA LA INVERSIÓN EXTRANJERA

6.1.1

Aprovechar el entorno normativo actual para incrementar el capital disponible para los emprendedores

Si bien se necesitan reformas normativas para fortalecer las perspectivas del crowdfunding basado en acciones en México, se mantienen las oportunidades para aprovechar la capacidad de las tecnologías para establecer una mejor conexión entre los inversionistas calificados y los negocios dentro del entorno normativo existente. Una manera de que los emisores e inversionistas puedan aprovechar estas oportunidades es a través de la mejora en el acceso a la información y las tecnologías del crowdfunding. Esto requerirá esfuerzos enfocados a corregir la desproporción de la información entre las fuentes de capital existentes en el mercado nacional y los emprendedores con planes de negocio en lo que se pueda invertir.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Documentar los logros en el crowdfunding en los modelos de donación, recompensa y deuda. Documentar los modelos relacionados (y casos de estudio) en los que han participado los actores actuales dentro del entorno normativo mexicano mediante el uso de las tecnologías de la PCF.	Universidades, asesores externos, FOMIN	Alta
Mostrar estudios de caso y logros a los sectores relevantes, consejos empresariales y al público en general.	INADEM	Alta
Desarrollar una estrategia para aprovechar los modelos existentes que se puedan adaptar al crowdfunding.	Universidades, asesores externos, PCF, INADEM	Media

6.1.2

Construir un mercado de crowdfunding no financiero estable

Al apoyar el crecimiento y la estabilidad del crowdfunding no financiero, la oferta de capital aumentará, lo que creará consciencia y desarrollará confianza en el modelo en todo el mercado. En poco tiempo, la relativa sencillez del crowdfunding no financiero hará que sea fácil promocionarse en el mercado mexicano donde los mecanismos en línea prevalecen menos. Elaborar políticas sencillas que susciten el éxito de una manera rápida en este sector generará confianza en la funcionalidad básica de las transacciones del crowdfunding en línea. Como resultado, el incremento de la confianza en estas formas menos complejas de crowdfunding creará un impulso que ayudará al crowdfunding financiero (en particular aquel basado en acciones), que requerirá de un intervalo mayor para desarrollar normas y regulaciones pertinentes para ganar terreno. Además, el crowdfunding basado en donaciones y en recompensas ya se ha abierto camino en el mercado y brinda oportunidades para atraer la participación de los crowdfunders extranjeros que se sienten más cómodos con los pagos en línea y las plataformas no financieras reconocidas, tales como Kiva.org.

La adopción del crowdfunding basado en donaciones y en recompensas suelen generar el impulso para que se adopte el crowdfunding basado en valores conforme crece la confianza en el mercado. Sin embargo, ambos requieren de controles adecuados para que puedan ser viables. Desafortunadamente, la falta de regulación en un mercado de crowdfunding no financiero incrementa drásticamente el riesgo de que exista fraude en esta categoría. Si se presenta un fraude en el ámbito del crowdfunding no financiero, podría exacerbar el escepticismo en torno al crowdfunding basado en garantías entre los crowdfunders nacionales e internacionales. Las medidas preventivas son esenciales para evitar las actividades fraudulentas que podrían ser perjudiciales para el desarrollo de todo el mercado.



Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Brindar apoyo y formación a los propietarios de las campañas en las plataformas no financieras para obtener recursos educativos de crowdfunding para que mejoren mejoren su capacidad para lograr sus objetivos de financiación.	INADEM, PCF no financieras, universidades	Alta
Desarrollar contenido informativo para los crowdfunders y con ello fomentar la transparencia (p. ej., pruebas de que el propietario de la campaña recibió los fondos, cómo se usaron los fondos, etc.). Esto se podría lograr en conjunto con una estrategia para crear una marca reconocida y confiable que se relacione con el crowdfunding “seguro”.	PCF, INADEM	Alta
Desarrollar un instrumento financiero sencillo con normas reglamentarias para la recaudación de fondos en garantía y cuentas de microcréditos.	CNBV, INADEM	Media
Buscar alternativas y crear recomendaciones para la protección del cliente y normas de cumplimiento, incluidas las normas de transparencia e informes (podría basarse en el Consejo de Organizaciones No Lucrativas de EE. UU. ⁷⁸).	Universidades, CNBV, bancos	Media
Fomentar las PCF no financieras para seguir participando en la asociación de crowdfunding y otras iniciativas de la industria en colaboración con las PCF financieras e híbridas.	INADEM, AMC	Media
Desarrollar asociaciones entre las PCF no financieras y financieras para ayudar a seguir con la relación de financiación (es decir, el continuo de financiación) para que los negocios puedan recaudar fondos a través de medios no financieros y, posteriormente, se enfoquen en el crowdfunding financiero.	AMC	Baja

78. “About the Charities Review Council”.

6.1.3

Apoyar el desarrollo del mercado de crowdfunding basado en acciones

Se deben buscar esfuerzos para reforzar el crowdfunding no financiero en conjunto con el desarrollo de las reglas y normativas específicas que se necesitan para promocionar un mercado de crowdfunding basado en acciones que sea viable. Un proceso paralelo de cambios en las políticas para apoyar el crowdfunding financiero permitiría el desarrollo de la capacidad institucional, el liderazgo y la infraestructura necesarios para el desarrollo sostenible de todos los tipos de crowdfunding. No obstante, más que formular un modelo singular, se debería enfocar en fomentar la madurez del mercado en colaboración con las partes interesadas actuales y emergentes. Esto ayudará a establecer la identidad de la industria y construirá un consenso con respecto a los requerimientos para un marco estable y sostenible para el crowdfunding basado en acciones.

Los antecedentes en el excedente de la demanda de financiación sobre la oferta de capital (en una proporción aproximada de 2:1 en todo el mundo) hacen hincapié en la necesidad de fomentar la confianza de los inversionistas, garantizando la protección adecuada de inversionistas a través de la transparencia de los derechos legales, junto con la certeza del cumplimiento rápido.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Organizar un grupo de actores de la industria respaldados para formar un conjunto de recomendaciones para la regulación de valores con el fin de apoyar el desarrollo de un marco jurídico para el crowdfunding basado en acciones.	INADEM, CNBV	Alta
Ampliar la definición de "inversionistas calificados" para las ofertas privadas de conformidad con el artículo 8 de la Ley del Mercado de Valores, en especial aquellas relacionadas con la clasificación de un valor ofrecido mediante una plataforma de crowdfunding.	CNBV	Alta
Asegurar la participación de grandes empresas y marcas para financiar y apoyar los eventos y foros comunitarios de crowdfunding. Reconocimiento de las plataformas de crowdfunding como un nuevo tipo de intermediario financiero que opera dentro del marco normativo existente a través de la enmienda al artículo 232 de la Ley del Mercado de Valores para establecer plataformas de crowdfunding como intercambios autorizados.	MCA	Baja

6.1.4

Crear incentivos para la repatriación del capital mediante el crowdfunding

La fortaleza y relativa estabilidad de los mercados capitales de los EE. UU. han probado ser muy atractivos para las inversiones de capital en todo el mundo. Por consiguiente, estas inversiones eluden las oportunidades en México. Las plataformas de crowdfunding brindan una oportunidad para traer nuevamente este capital al mercado nacional. Aunar esfuerzos para crear iniciativas para traer de nuevo el capital a México incrementará el flujo de capital a los negocios mexicanos.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Desarrollar un conjunto de recomendaciones para la reforma legislativa y regulatoria que proporcionará a los inversionistas nacionales y extranjeros incentivos razonables para invertir en el mercado mexicano a través del crowdfunding.	AMC, Instituto de los Mexicanos en el Exterior	Alta
Desarrollar protección para los inversionistas que sea obligatoria de conformidad con la capacidad de las instituciones públicas.	CNBV, INADEM, asesores externos	Alta
Investigar la viabilidad de los incentivos que podría hacer que la diáspora invirtiera una parte de las remesas en actividades productivas a través de las plataformas de crowdfunding.	AMC, CNBV, BID	Media
Diseñar e implementar una campaña pública para capacitar a la diáspora mexicana sobre cómo participar en el crowdfunding y el impacto que podría tener en el bienestar socioeconómico local.	INADEM, PCF	Media
Investigar el alcance de la fuga de capital y su posible impacto si se quedara en el país. Revisar las limitaciones jurídicas y fiscales para entender por qué el capital está saliendo del país.	Universidades, asesores externos	Baja

6.1.5

Crear incentivos para la inversión extranjera

El surgimiento del crowdfunding en otros mercados presenta una oportunidad importante para apoyar todas las formas de crowdfunding en México. La administración de Enrique Peña Nieto ya ha hecho reformas para crear una competencia abierta en el sector energético. Posteriormente, la mejora de los incentivos para generar flujos de capital hacia el interior reforzará los esfuerzos para aumentar el acceso a las fuentes nacionales de capital, ya que aumentará la confianza en la funcionalidad del crowdfunding en línea.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Desarrollar una serie de regulaciones y penalizaciones estrictas para las campañas fraudulentas que se promuevan a través de las PCF. Buscar un equilibrio entre las responsabilidades de los propietarios de las campañas y plataformas de crowdfunding.	CNBV, asesores externos	Media
Investigar los factores que están restringiendo el flujo de capital extranjero en el mercado. En específico, revisar la Ley de Inversión Extranjera; Título 4 (artículos 17 y 17A), Título 7 (artículos 31 a 36), así como otras disposiciones relacionadas con los límites en las inversiones extranjeras locales (debido a que el crowdfunding permite que varios inversionistas canalicen los fondos a un emisor, aumentar los límites porcentuales en la inversión extranjera de empresas nacionales puede brindar muchas oportunidades a los emprendedores y las pequeñas empresas en México).	CNBV, asesores externos	Media

DEMANDA DE FINANCIACIÓN

Los negocios necesitan capital en todas las etapas de su desarrollo. Sin embargo, no siempre tienen acceso al capital que necesitan o, en algunos casos, no saben cómo tener acceso a los recursos de capital disponibles. Por consiguiente, es importante resolver estos déficits haciendo que las empresas se den cuenta cómo el crowdfunding puede apoyar su crecimiento y desarrollo continuos.

RECOMENDACIONES

1

CAPACITAR A LOS
EMPRENDEDORES
Y LAS MIPYME PARA
QUE UTILICEN EL
CROWDFUNDING
DE MANERA
EFICAZ

2

GARANTIZAR LA
INCLUSIÓN DE
NEGOCIOS QUE
SE EXCLUYERON
DE OTRAS FUENTES
DE FINANCIACIÓN

3

APOYAR A LOS
NEGOCIOS PARA
QUE ATRAIGAN
INVERSIONISTAS

6.2.1

Capacitar a los emprendedores y las MI-PYME para que utilicen el crowdfunding de manera eficaz.

Existe una percepción generalizado en México de que no existen negocios que estén calificados para recibir financiación de los inversionistas. Es esencial mejorar las capacidades de estas PYME para sacar ventaja de las oportunidades del crowdfunding. También se debe mejorar la capacidad de los negocios para expresar sus necesidades específicas de financiación. Mejorar la calidad de las campañas en línea requiere de educación y capacitación en habilidades empresariales y promoción de campañas.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Desarrollar material de capacitación que ayude a que los negocios y a los emprendedores atraigan crowdfunders mediante las PCF existentes, incluida la planeación empresarial, la comercialización y la capacitación sobre habilidades audiovisuales.	INADEM, PCF, AMC	Alta
Invitar a las MIPYME y a los emprendedores a talleres diseñados para educar a los emprendedores a crear un plan de negocios detallado, producir una campaña de crowdfunding exitosa, producir videos de campaña, invitar a posibles financiadores mediante las PCF y las redes sociales, así como otros procedimientos adecuados.	INADEM, AMC, asociaciones empresariales	Alta
Iniciar campañas de publicidad que se enfoquen en las pequeñas y medianas empresas para promocionar talleres y crear consciencia sobre los posibles usos y beneficios del crowdfunding.	INADEM, AMC	Alta
Incorporar módulos de CF en los programas de capacitación existentes para las PYME que proporcionen las instituciones públicas, y promover la inclusión entre otros proveedores de servicios en los sectores no gubernamentales y privados.	INADEM, FOMIN, universidades, AMC	Alta

6.2.2

Garantizar la inclusión de negocios que se excluyeron de otras fuentes de financiación

Los sistemas tradicionales de financiación de empresas innovadoras funcionan bien para industrias específicas, perfiles corporativos y datos demográficos emprendedores. Sin embargo, muchas empresas no entran dentro de las prioridades de financiación del Capital Emprendedor (CE). El crowdfunding presenta un mecanismo viable que puede canalizar los fondos a los negocios que no sean candidatos para la inversión de CE, las microfinanzas, los ángeles inversores o los productos de préstamo comercial.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Elaborar un informe de seguimiento periódico sobre el acceso al capital por las MIPYMES enfocadas a desarrollar una línea de base de la información para que se comparta la rendición de cuentas de los resultados.	INADEM, AMC, universidades	Media
Conectar el capital y las PCF a las organizaciones existentes que participen en comunidades específicas a través de las plataformas de crowdfunding.	INADEM, FOMIN, ONG	Media
Proporcionar apoyo técnico (p. ej., habilidades, apoyo de red) a las PCF enfocadas en los emprendedores y las MIPYME que se excluyeron de las fuentes de financiamiento tradicionales.	INADEM, IMF, FOMIN	Baja
Proporcionar apoyo financiero a las PCF que promuevan los segmentos de mercado desatendidos.	INADEM, FOMIN, fundaciones corporativas	Baja

6.2.3

Apoyar a los negocios para que atraigan inversionistas

Una manera de generar demanda de financiación que se correlacione con la oferta disponible es mediante la promoción de los tipos de negocios que es más factible que los inversionistas apoyen. Definir con claridad los tipos de negocios que atraen a los inversionistas permitirá que los negocios se ajusten fácilmente a las a los posibles inversionistas. Esto se puede hacer al difundir los proyectos de los modelos de negocios preexistentes (p. ej., modelo de franquicia que incluye la marca, la estructura, la capacitación, etc.) o mediante el apoyo a los emprendedores innovadores con alto crecimiento y alto potencial de impacto. Enfocar el apoyo a los negocios locales para que atraigan inversionistas podría canalizar los recursos de una manera eficaz al dirigir la atención de los inversionistas hacia los negocios que cumplan con los requisitos que buscan.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Facilitar la transición para las MIPYME y los emprendedores que recauden fondos exitosamente y utilicen el capital mediante campañas de crowdfunding no financiero para migrar al crowdfunding financiero.	INADEM, AMC, FOMIN	Baja
Crear un programa de microfondos/préstamos canalizados mediante PCF calificadas que estén disponibles para negocios en etapa avanzada del desarrollo emprendedor para brindar ayudar técnica enfocada y apoyo financiero.	IMF, PCF, INADEM	Baja
Brindar apoyo a los franquiciadores para que amplíen las oportunidades de los concesionarios con respecto al crowdfunding y los modelos de combinación de financiamiento.	Franquiciadores, PCF, FOMIN	Baja

ESTRATEGIA DEL MERCADO

Al ser una nueva herramienta para promover la colaboración, el emprendedurismo y la inversión, las personas están renuentes a participar activamente en el crowdfunding por sí mismas. Es necesario cultivar el mercado cuidadosamente en sus etapas iniciales de desarrollo para reducir este escepticismo inherente. En esta publicación, se proveen varias recomendaciones y puntos a seguir afines que se deben abordar para generar confianza en el mercado y facilitar eficazmente la equivalencia entre la oferta de capital y la demanda de financiación. Tanto el envío de mensajes como el enfoque deliberado en los diferentes grupos de actores serán importantes para lograr estos objetivos. Es importante brindar amplio apoyo a la industria al fomentar la participación de diversos actores y promocionar un mejor entendimiento de los posibles usos e impacto de los mecanismos de crowdfunding para emprendedores, negocios, donantes e inversionistas.

RECOMENDACIONES

1

PROMOCIONAR
UNA AMPLIA
PARTICIPACIÓN
EN EL
CROWDFUNDING

2

DIFUNDIR
LOS PRIMEROS
LOGROS

3

INVOLUCRAR A
LAS PRINCIPALES
EMPRESAS EN
EL DESARROLLO
DEL NEGOCIO Y LA
INFRAESTRUCTURA
TECNOLÓGICA

4

EMPODERAR
A LAS
COMUNIDADES
MARGINADAS
Y DESARROLLAR
SECTORES
EMERGENTES

6.3.1

Promocionar una amplia participación en el crowdfunding

El crowdfunding es parte de la democratización mundial de las finanzas personales que se extiende a los mercados de capital privado. En esencia, se trata de impulsar a las personas para que actúen. El crowdfunding permite que las personas inviertan en las marcas, los negocios y las personas que desean apoyar. De manera similar, los emprendedores adquieren la habilidad de llegar a los inversionistas al sacar provecho de las plataformas de redes sociales y los mecanismos de pago en línea para llegar a un mayor número de personas.

Construir una amplia base de apoyo y participación a través de una gran variedad de sectores de la industria facilitará la movilización intersectorial y la integración económica. El potencial de crowdfunding como un modelo emergente que puede proporcionar grandes beneficios en todos los sectores ayuda a garantizar que un elemento mayor de la población mexicana lo adopte. Para que se alcance este potencial, se requerirá de la participación y el entusiasmo de un grupo diverso de partes interesadas. Una estrategia de promoción exhaustiva a nivel nacional y local también será de gran ayuda.

Además, se puede construir confianza en el mercado emergente al involucrar marcas de negocios establecidas y reconocidas. El hecho de que las principales empresas de todo el mundo y México (p. ej., Coca Cola) adopten el crowdfunding sienta las bases para los modelos mexicanos encabezados por las marcas establecidas que pueden contribuir a crear conciencia y confianza en el crowdfunding. La participación de negocios reconocidos y marcas afines en el crowdfunding fomenta la confianza entre las partes interesadas en el mercado.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Desarrollar una estrategia de mercado y comunicación para promocionar el crowdfunding en México. Crear contenido para públicos específicos que pueda comercializarse de manera eficaz, incluido el compromiso con la diáspora. Identificar oportunidades para anunciar el crowdfunding a través de diversos canales de comunicación. Generar entusiasmo entre la industria de crowdfunding.	AMC, asesores externos	Alta
Mejorar el conocimiento del crowdfunding mediante eventos. Identificar a los posibles embajadores de crowdfunding con reconocida credibilidad y redes que promuevan la industria mediante conferencias y otro tipo de eventos informativos y promocionales.	PCF, INADEM, FOMIN	Alta
Exhortar a los financiadores corporativos a establecer campañas de crowdfunding concordantes (que se apalanquen con las contribuciones financiadas colectivamente) para proyectos de desarrollo social o económico.	INADEM, FOMIN, AMC	Media

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
<p>Respaldar el desarrollo de los modelos de negocio de crowdsourcing para familiarizar a las personas con la participación de las comunidades en línea y trabajadores en el entorno no financiero, así como difundir otras experiencias exitosas que demuestren el poder colectivo. Las plataformas de crowdsourcing mexicano como YoPropongo, Torneo de Ideas, Citivox y Codeando Mexico ya están produciendo resultados en esta área.</p>	PCF, INADEM	Baja

6.3.2

Difundir los primeros logros

Es necesario difundir los primeros logros en el mercado de crowdfunding emergente. Los actores institucionales interesados en cultivar un mercado de crowdfunding atractivo tienen una oportunidad única de desempeñar un papel en el incremento de la posibilidad del éxito inicial de alto perfil.

Los negocios buscan atraer financiación donde otros negocios han podido recaudar dinero exitosamente. Los inversionistas buscarán invertir a través de PCF que hayan sido sede de los negocios que gestionaron correctamente los fondos y generaron los rendimientos esperados.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
<p>Identificar los canales de publicidad para promocionar el éxito de los emprendedores que adquieran financiamiento mediante las campañas de crowdfunding.</p>	AMC	Alta
<p>Realizar talleres con negocios, líderes locales y otras partes interesadas para propagar los primeros logros de las campañas financiadas colectivamente.</p>	INADEM	Alta
<p>Desarrollar estudios de caso que analicen emprendedores y otras iniciativas financiadas por las campañas en línea.</p>	Universidades, AMC	Media

6.3.3

Involucrar a las principales empresas en el desarrollo del negocio y la infraestructura tecnológica

Atraer a empresas reconocidas apoyará el desarrollo de la infraestructura de negocios y tecnología necesaria para que el crowdfunding prospere en el mercado. Las grandes empresas tienen la capacidad de mejorar la infraestructura de telecomunicaciones, las redes de seguridad cibernética, así como los sistemas de pagos digitales y los servicios de depósito. Por otro lado, esto podría ayudar a asegurar el apoyo económico y político formal en todo el país.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Identificar a los negocios, las organizaciones y las personas que ya participan en iniciativas de crowdsourcing o crowdfunding para aprovechar los progresos obtenidos por los actores del mercado existentes.	PCF, AMC	Alta
Desarrollar e iniciar una PCF clave en una industria específica con líderes de la industria. Correlacionar los intereses de las empresas con un sector específico y desarrollar una PCF clave en el ámbito.	Fundaciones corporativas, AMC, INADEM	Baja
Apoyar la formación de consejos consultivos para que las PCF incluyan a líderes empresariales importantes (p. ej., el director general de PayPal México es parte del consejo de Bandtastik, una PCF mexicana).	Asesores externos	Baja

6.3.4

Empoderar a las comunidades marginadas y desarrollar sectores emergentes

Una de las principales ventajas del crowdfunding es la posibilidad que las personas de todas partes del mundo (es decir, del gran grupo) tienen para apoyar a cualquiera, en donde quiera que estén. Para poder garantizar que el desarrollo del crowdfunding no excluya a ciertas comunidades, como las de las zonas rurales o poblaciones indígenas, se debe generar esfuerzos para garantizar el acceso equitativo al crowdfunding. Empoderar de esta manera a las comunidades marginadas y los sectores emergentes aumentará potencialmente su participación en la economía formal. Si bien este aspecto no es esencial para garantizar el éxito inmediato del crowdfunding, es indiscutiblemente importante para el desarrollo a largo plazo del ecosistema de crowdfunding y brinda una oportunidad para abordar los altos niveles de la desigualdad económica en México.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Capacitar a las ONG y organizaciones que trabajan con las comunidades desfavorecidas para educar a los emprendedores y a las pequeñas empresas a usar el crowdfunding de manera eficaz.	Asesores externos, FOMIN	Baja
Brindar apoyo financiero para las iniciativas de crowdfunding que promuevan el emprendurismo y la participación de las mujeres en la economía.	INADEM, ONG	Baja
Brindar apoyo financiero para las iniciativas de crowdfunding que promuevan el desarrollo económico y social de las comunidades indígenas.	Comisión Nacional para el Desarrollo de Poblaciones Indígenas, ONG	Baja
Crear beneficios para las empresas sociales (empresas con fines de lucro que tienen un impacto social medible y comprobable) que recaudan capital mediante el crowdfunding para aumentar el impacto social.	INADEM, CNBV	Baja

GESTIÓN

Para acelerar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding en México, los actores clave deben estar bien organizados y coordinarse de manera eficaz. Es importante que las diversas partes interesadas entiendan los roles y las responsabilidades que deben asumir para impulsar esta industria, así como los de los demás. Un enfoque colaborativo y multilateral para designar las reglas y normativas necesarias para regir de manera eficaz el mercado de crowdfunding exitoso permitirá que todas las partes interesadas se involucren en el debate. Sin embargo, las organizaciones mejor capacitadas deben ser las encargadas de buscar actividades específicas con el fin de evitar iniciativas contradictorias y promover el uso más eficiente de los recursos.

Conforme a la experiencia de otros mercados, en México existen grupos informales y formales que se organizan entre sí para desarrollar normas operativas, coordinar la comunicación en la industria y educar a los usuarios y los posibles propietarios de las campañas. Al reconocer el posible impacto de la industria en el crecimiento económico, estos actores de base han tomado la iniciativa para desarrollar soluciones innovadoras para los retos del mercado local y han involucrado a funcionarios públicos en diversos asuntos que van desde las políticas fiscales y las normativas de la industria hasta la seguridad cibernética y la inclusión financiera. La meticulosa organización de una estructura de gestión industrial facilitará este proceso.

RECOMENDACIONES

1

ESTABLECER
NORMAS DE
RENDICIÓN
DE INFORMES PARA
LAS PLATAFORMAS
DE CROWDFUNDING

2

CONSOLIDAR
LA ESTRUCTURA
DE LIDERAZGO DE
LA INDUSTRIA

3

EDUCAR
A LOS LÍDERES

4

CONECTAR A LOS
EXPERTOS Y LAS
HERRAMIENTAS CON
LAS MIPYME PARA
AYUDAR A RECAUDAR
Y HACER USO DEL
CAPITAL

6.4.1

Establecer normas de rendición de informes para las plataformas de crowdfunding

Una de las principales restricciones para el desarrollo del crowdfunding que se identificó en el análisis fue una falta generalizada de datos empíricos disponibles en relación con los niveles de la demanda de financiación y la oferta de capital. La información relacionada con las campañas exitosas y no exitosas también era escasa. Para gestionar de manera eficaz la industria en el futuro, se debe recopilar información sólida sobre las plataformas de crowdfunding en relación con la naturaleza de las diferentes campañas. La magnitud y el tipo de campañas, la magnitud y el tipo de recursos complementarios de financiamiento, la duración de la campaña, la industria o el área de interés para los que se utilizarán los fondos, la magnitud del negocio u organización (número de empleados), el lugar, así como muchos otros detalles, son muy importantes para el desarrollo de las evaluaciones de impacto rigurosas que contribuirán en gran medida a la mejora continua del ecosistema de crowdfunding.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Crear una lista exhaustiva de los puntos de referencia que son relevantes para las campañas de crowdfunding financiero y no financiero y que facilitarán un mejor entendimiento de la evolución de la industria del crowdfunding, así como informar sobre el diseño de las futuras intervenciones que tienen el propósito de fortalecer el ecosistema local.	Universidades, asesores externos	Alta
Investigar la capacidad existente de las PCF que operan en México para recopilar información pertinente sobre las campañas.	AMC, universidades, asesores externos	Alta
Definir los niveles de transparencia y las normas de rendición de informes periódicas (es decir, quién brinda tal información a quién) para la industria del crowdfunding mexicana.	CNBV, AMC, INADEM	Alta
Organizar seminarios con las empresas de auditoría para definir y propagar las nuevas normas de transparencia y rendición de informes.	CNBV	Baja

6.4.2

Consolidar la estructura de liderazgo de la industria

Al ser una industria emergente, las actividades de crowdfunding se han llevado a cabo casi en su totalidad a través de iniciativas independientes con poca coordinación entre los primeros impulsores de la industria. Sin embargo, hoy en día, el crowdfunding se está acercando a un punto importante de madurez que requerirá más y mejor comunicación entre las principales partes interesadas. Establecer una estructura de liderazgo en la industria definirá claramente los roles de estas partes interesadas para promover una gestión transparente y facilitar el diseño de un plan de desarrollo de la industria que refuerce la confianza en el mercado. En las primeras etapas del desarrollo del liderazgo de la industria, es importante enfocarse en la obtención de los objetivos específicos, tales como la elaboración y aprobación de la legislación pertinente, iniciar eventos publicitarios o seguir otras recomendaciones que se incluyen en el presente informe. Consolidar la estructura de liderazgo en la industria impulsará un sistema de comunicación y garantizará una rendición de cuentas mutua entre los diversos grupos de partes interesadas.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Establecer un grupo de liderazgo en la industria que incluya a representantes de diversas secciones de las industrias, responsables de las políticas públicas, bancos comerciales y el ámbito académico.	INADEM	Alta
Desarrollar un marco de gestión industrial que destaque los roles y las responsabilidades de las partes interesadas influyentes, defina los objetivos de desarrollo de la industria con base en un cronograma específico e integre eficazmente los incentivos en el mercado.	Grupo de desarrollo / liderazgo de la industria de CF	Alta
Establecer un grupo de consultoría que ayude en el desarrollo del crowdfunding en México (partes interesadas que tengan conocimiento e influencia en los mercados internacionales y estén interesadas en el éxito del crowdfunding en México).	Asesores externos, FOMIN	Alta

6.4.3

Educar a los líderes

Acercar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding requerirá líderes que expresen su opinión, estén bien informados y que estén dispuestos y puedan provocar cambios evidentes en las políticas y normativas que atañen a la industria. En este sentido, la novedad del crowdfunding, sobre todo como un mecanismo de valores e inversión, ha limitado la comprensión a fondo del impacto real del crowdfunding en el emprendedurismo, la productividad empresarial, el empleo, el crecimiento económico y el enriquecimiento social. Para crear líderes locales en los sectores público y privado, así como en la sociedad civil, es esencial aunar esfuerzos para involucrar a los actores clave y, con ello, desarrollar la industria.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Organizar una serie de talleres con las partes interesadas de los sectores público y privado y las organizaciones de la sociedad civil para informar a los actores clave de los usos existentes y potenciales del crowdfunding en México, las restricciones actuales del desarrollo del ecosistema de crowdfunding, los principales riesgos relacionados con el crowdfunding y el análisis de los posibles roles de los líderes principales y secundarios en la industria. Incorporar presentación del marco de gestión de la industria cuando se complete.	INADEM, FOMIN	Alta
Apoyar el desarrollo del sitio web de la industria mediante el respaldo, el contenido y la participación activa en el desarrollo de la comunidad en línea. Promocionar el sitio web y las noticias relacionadas con la industria, los eventos y los procedimientos adecuados mediante los canales de comunicación tradicionales (p. ej., medios de prensa pública, boletines de la industria, etc.).	INADEM, FOMIN	Media
Promocionar la inclusión de los mecanismos de crowdfunding en los programas de estudio enfocados en los negocios y el desarrollo.	Secretaría de Educación, universidades	Baja

6.4.4

Conectar a los expertos y las herramientas con las MIPYME para ayudar a recaudar y hacer uso del capital

Una amplia gama de servicios profesionales —desde formación de habilidades tecnológicas y estrategias de comercialización en las redes sociales hasta servicios de contaduría, seguros y asesoría jurídica— podría ser de gran ayuda para que los negocios, los inversionistas y las PCF participen de manera eficaz y productiva en el surgimiento del mercado del crowdfunding. Involucrar proactivamente estos recursos de apoyo en el desarrollo del mercado garantiza un mejor producto y amplía la base de liderazgo para la industria. Ayudar a los negocios a recaudar y hacer uso del capital al mejorar el acceso a estos recursos desarrollará el sector de servicios de la economía conforme continúe creciendo y diversificándose.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Organizar conferencias sobre crowdfunding para promocionar la industria, desarrollar estrategias y compartir los procedimientos adecuados.	INADEM, AMC	Alta
Desarrollar e implementar un programa de investigación que incluya un informe trimestral que describa los desarrollos y logros de la industria.	Universidades, AMC	Media
Crear un grupo de trabajo en colaboración con las empresas de servicio financiero para desarrollar productos y servicios que las PCF podrían usar para reducir los riesgos y facilitar el desarrollo del negocio.	Empresas de servicio financiero, PCF, asesores externos	Baja
Asignar y respaldar el nombramiento de un organizador para identificar, organizar y conectar intencionalmente a los proveedores de servicio de desarrollo empresarial; el grupo de desarrollo de la industria podría asignar a la persona.	INADEM, aceleradoras de negocios	Baja

FACILITADORES

Para garantizar que las tecnologías y aplicaciones de crowdfunding se usen de la mejor manera posible, es necesario contar con ciertas estructuras y condiciones externas. La infraestructura tecnológica, los marcos normativos, las políticas fiscales y el capital humano son elementos esenciales que influyen en la evolución de la industria del crowdfunding. A la fecha, se ha hecho poco hincapié en la adaptación de estos elementos al panorama tecnológico del siglo XXI. Sin embargo, como se ha podido observar, debido al posible impacto que el crowdfunding puede tener en el desarrollo socioeconómico local en México, es importante revisar el estado de estos elementos para determinar la forma en que se pueden modificar para apoyar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding sin crear efectos sociales o económicos adversos. Una vez más, se señala que el fracaso inicial para apoyar el crowdfunding mediante la creación de una legislación eficaz podría ser perjudicial para la industria y reduce su posible impacto a largo plazo.

El desarrollo de una red de intermediarios autorizados y profesionales en el desarrollo de negocios, así como mejores leyes relacionadas con el uso de nuevas tecnologías en línea y la protección de la propiedad intelectual son elementos importantes que se necesitan para construir un mercado viable. Las leyes y normativas actualizadas respaldadas por instituciones sólidas con mecanismos eficaces de supervisión y cumplimiento mejorarán el marco jurídico y normativo necesario para apoyar el ecosistema de crowdfunding en México. Un sistema favorable también incluye una política fiscal adecuada y medidas óptimas para evitar actividades fraudulentas.

RECOMENDACIONES

1

DESARROLLAR
UN ENTORNO
NORMATIVO QUE
GENERE CONFIANZA
EN EL
CROWDFUNDING

2

TOMAR
MEDIDAS PARA
MEJORAR LA
INFRAESTRUCTURA
DE SEGURIDAD
CIBERNÉTICA Y
EVITAR FRAUDES

3

GARANTIZAR
QUE EL RÉGIMEN
TRIBUTARIO
SEA PROPICIO
PARA EL
CROWDFUNDING

4

AUMENTAR
LA CAPACIDAD
DEL SECTOR
FINANCIERO PARA
APOYAR EL
CROWDFUNDING

6.5.1

Desarrollar un entorno normativo que genere confianza en el crowdfunding

Los cambios normativos específicos que apoyan la solicitud general y la venta de valores a perfiles demográficos de inversionistas más amplios tienen que equilibrarse con la protección de los inversionistas de una manera que aumente la confianza en los mercados de capital mexicanos. Pese a que se están implementando diversos enfoques en muchos países, es esencial no ser demasiado normativos y analizar esto en el contexto del régimen de valores mexicano existente. Garantizar la colaboración entre los diversos grupos de partes interesadas de los sectores público y privado, así como la sociedad civil, incrementará la posibilidad de encontrar una solución políticamente viable. Un proceso simplificado que se diseñe sin consenso y sin el escrutinio legislativo adecuado probablemente dará lugar a retrasos en el proceso legislativo, como fue el caso de los EE. UU.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Establecer un marco legal que permita el crowdfunding basado en valores, incluidas las obligaciones de los emisores para presentar información a los inversionistas y rendir informes con frecuencia.	CNBV, INADEM, Secretaría de Hacienda	Alta
Desarrollar un conjunto de recomendaciones legislativas para modernizar los valores mexicanos, la banca y las leyes corporativas con el fin de facilitar el uso de tecnologías en línea para actividades comerciales, incluidas la solicitud, la venta y la liquidación de valores: Definir los umbrales de la financiación (es decir, el número de inversionistas acreditados o no acreditados que pueden prestar o invertir a través del crowdfunding), los tipos de entidades (individuos y empresas) que son capaces de recaudar fondos a través de diferentes campañas de crowdfunding (donación, recompensa, préstamo y acciones), los tipos de solicitud que se permitan a través de las diferentes plataformas de comunicación y la aclaración de las implicaciones legales y el uso de las PCF y las redes sociales. Definir los términos de las diversas estrategias de salida (es decir, la venta de acciones ordinarias, capital del préstamo y el pago de intereses, OPI, etc.) y las sanciones por incumplimiento.	AMC	Alta

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Apoyar el establecimiento de una nueva clasificación jurídica para las inversiones de crowdfunding basado en acciones que se enfoque en la predisposición de las empresas mexicanas y los fondos de CE de establecer entidades jurídicas en otros países.	CNBV, INADEM	Alta
Guiar un esfuerzo legislativo para aumentar la protección a la propiedad intelectual y los datos en línea (en el caso de que estas cuestiones no se abordaran de manera adecuada a través de las negociaciones del Acuerdo Estratégico Trans-Pacífico de Asociación Económica en curso u otra legislación nacional).	CNBV, AMC, INADEM	Alta
Determinar qué cambios se deben hacer a los marcos jurídicos y normativos existentes para permitir el uso de productos y servicios que apoyen el crowdfunding (p. ej., fondos en garantía, firmas digitales, seguro).	AMC	Media
Ampliar la variedad de valores que legalmente se negocian en México a través de agentes en línea. Aclarar las disposiciones reglamentarias que son propias de dichos valores y que requieren la divulgación de esta información a través de plataformas de intermediación en línea.	CNBV, AMC	Baja

6.5.2

Tomar medidas para mejorar la infraestructura de seguridad cibernética y evitar fraudes

Con el fin de usar el crowdfunding de manera eficaz, las personas deben aceptar el manejo de su información personal y financiera en línea. Los bajos niveles de confianza y la infraestructura de seguridad cibernética poco desarrollada en México hacen de este sea un tema especialmente desafiante, pero imprescindible, que se debe abordar. El impulso hacia la privatización de la industria de las telecomunicaciones presenta una oportunidad óptima para abordar las preocupaciones sobre seguridad cibernética a través del sector privado.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Establecer un grupo de trabajo para diseñar mecanismos eficaces con el fin de evitar fraudes y lavado de dinero. Un buen punto de partida es incrementar la severidad de las sanciones en caso de que use la información de manera inadecuada, exista piratería informática y se presenten delitos cibernéticos. Considerar incentivos que se le puedan brindar a las empresas del sector privado para mejorar los sistemas internos de seguridad cibernética.	PCF, organismos encargados de hacer cumplir la ley, AMIPCI	Alta
Aumentar la asignación de recursos a los organismos públicos encargados de investigar y enjuiciar los delitos cibernéticos, al mejorar la infraestructura de seguridad cibernética y mantener la integridad de los sistemas digitales.	Coordinación para la Prevención de Delitos Electrónicos, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos	Alta
Crear campañas de concientización para informar a los usuarios de internet sobre las mejoras en la seguridad cibernética en México y las consecuencias de las actividades ilegales.	AMIPCI	Alta
Definir un modelo de operación de "procedimiento adecuado" para las PCF que cumplan con las normas regulatorias nuevas y existentes, incluido el uso de los sistemas existentes y procesos para la prevención y detención de fraudes y lavado de dinero, a la vez que se brinda protección a los inversionistas mediante la transparencia y divulgación de información.	CNBV, INADEM	Alta

6.5.3

Garantizar que el régimen tributario sea propicio para el crowdfunding

Las preocupaciones sobre el entorno tributario desfavorable también incrementan la necesidad de revisar las implicaciones fiscales nacionales para las personas que participan en los mercados de capital privado y, por consiguiente, en el crowdfunding basado en valores. Las investigaciones sugieren que el volumen de inversión es sumamente susceptible a los cambios en los impuestos y las tasas de interés⁷⁹. Una política fiscal que sea propicia para el mercado del crowdfunding en México incrementará la cantidad de capital disponible para los emprendedores y las MIPYME que participan en una actividad económica productiva.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Investigar sobre el impacto económico de los incentivos fiscales que se ofrecen para impulsar el crowdfunding basado en valores.	Secretaría de Hacienda (Sistema de Administración Tributaria), INADEM	Media
Implementar programas de incentivos fiscales para los inversionistas que inviertan a través de las iniciativas de crowdfunding relacionadas con las incubadoras y aceleradoras de negocios.	Secretaría de Hacienda (Sistema de Administración Tributaria), INADEM	Media
Establecer exenciones fiscales para las pequeñas empresas mediante el uso del crowdfunding para financiar un emprendimiento o expansión de las operaciones actuales. Definir las características específicas de los negocios calificados y establecer un límite en el aumento de capital de crowdfunding elegible para este tipo de exenciones.	CNBV, AMC, INADEM	Media

⁷⁹Ramírez-Verdugo, Arturo R. "Tax Incentives and Business Investment: New Evidence from Mexico."

6.5.4

Aumentar la capacidad del sector financiero para apoyar el crowdfunding

El crowdfunding es una herramienta que las empresas de servicio financiero actuales pueden usar. Sin embargo, pocas empresas participan activamente para ampliar la oferta de productos y servicios para cumplir con las crecientes necesidades de la industria del crowdfunding. Hacer que estas empresas presten atención a las oportunidades que brinda el crowdfunding apoyará a la industria en el desarrollo de las fuentes de ingresos. Por otra parte, fortalecer la capacidad del sector financiero aumentará la confianza de los inversionistas en el mercado mediante el aumento de la disponibilidad de productos que reduzcan o mitiguen los riesgos, tales como servicios de depósito o seguros. También puede ayudar a que los emprendedores que lanzan campañas de crowdfunding exitosas tengan acceso a los productos y servicios financieros que se ajustan más a sus necesidades conforme los negocios vayan creciendo.

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Identificar los productos y servicios financieros que puedan apoyar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding en México.	INADEM, AMC	Alta
Los servicios importantes incluyen:		
i.		
Servicios de pequeños depósitos, fondos en garantía y fideicomiso que garanticen la seguridad de los fondos del donante/inversionista durante el proceso del financiamiento.		
ii.		
Proveedores de sistema de pago digital que puedan desarrollar soluciones de pago pertinentes para el contexto local.		
iii.		
Empresas de comercialización secundaria (reventa) con el fin de crear liquidez para los inversionistas y permitir que las empresas tengan acceso a otros servicios bancarios y de banca de inversión tradicionales.		

Puntos a seguir	Facilitadores	Prioridad
Apoyar el desarrollo de cuentas financieras/micro banca para facilitar la transferencia de fondos y mejorar la eficacia de los fondos en garantía.	Empresas de servicio financiero, INADEM	Media
Investigar las posibilidades de desarrollo de un mercado secundario privado para apoyar la expansión del mercado de crowdfunding principal con el fin de aumentar la liquidez del mercado para los inversionistas y aprovechar las inversiones iniciales con recursos adicionales.	Asesores externos, CNBV	Baja
Crear fondos iniciales para incrementar la liquidez de capital en el mercado del crowdfunding.	Inversionistas privados	Baja

7.

CONCLUSIONES

Las nuevas tecnologías han generado un gran número de emprendimientos innovadores y oportunidades de negocio en México. Hoy en día, los emprendedores y los organizadores con diversos objetivos ya están usando los portales en línea para canalizar fondos para la prueba y el desarrollo de productos, la expansión operacional, los proyectos benéficos, las actividades artísticas, así como otras iniciativas de financiamiento colectivo. Han surgido plataformas basadas en donación, recompensa, préstamo y acciones para cumplir con las crecientes demandas de financiamiento alterno. Sin embargo, estas plataformas han creado oportunidades al aprovechando el ecosistema existente, el cual todavía tiene que abordar completamente la evolución de la tecnología moderna. Con el fin de facilitar el éxito de la industria a largo plazo, se deben diseñar e implementar con rapidez las reglas y normativas sensatas.

- ▶ La falta de normativas, el riesgo de fraude u otras fallas podrían debilitar la capacidad del crowdfunding para destinar capital a emprendedores y negocios. Las experiencias negativas relacionadas con el crowdfunding a tan corta etapa podrían ser sumamente perjudiciales para su futuro desarrollo. Además, debido a la desconfianza general en las aplicaciones de internet en México, es necesaria la educación pública y la promoción de los primeros logros para que se adopte ampliamente el crowdfunding. Los actores del sector público pueden ayudar a aligerar este escepticismo al incrementar la transparencia institucional, mejorar la infraestructura de seguridad cibernética, aumentar la severidad en las sanciones por infringir la privacidad digital y mejorar la eficacia del cumplimiento de la ley ante tales infracciones.
- ▶ Aún existe una necesidad considerable de financiamiento entre los emprendedores y las MIPYME en México. El crowdfunding tiene la gran capacidad de cubrir estas necesidades de financiación y promover el desarrollo del ecosistema emprendedor. Si bien los negocios mexicanos pueden hacer uso de las plataformas existentes para recaudar fondos, es necesario coordinar esfuerzos para involucrar a los sectores público y privado. Los negocios deberán mejorar sus habilidades tecnológicas y su entendimiento sobre cómo usar el crowdfunding de manera eficaz, así como los riesgos del mismo. A nivel nacional, el sector público parece estar bien preparado para facilitar el diseño y la implementación de las leyes necesarias para apoyar el ecosistema de crowdfunding. El desarrollo de parámetros específicos para el crowdfunding basado en préstamos y en acciones, en particular, expandirá oportunidades para los negocios y generará confianza entre los inversionistas. Si se pueden regular estas actividades como parte de la economía de libre mercado, el crowdfunding podría impulsar la economía emprendedora, exhortar la inversión nacional y extranjera e incrementar el bienestar económico en todo el país.
- ▶ En la actualidad, pareciera que las pequeñas y medianas empresas serán las que estén mejor capacitadas para usar el crowdfunding basado en acciones. Estos negocios están registrados en el sector formal, por lo que resulta más fácil supervisarlos y regularlos. Conforme se desarrolle el ecosistema de crowdfunding, continuarán surgiendo oportunidades viables de micro empresas, y mejorarán los incentivos para unirse a la economía formal. No obstante, las personas y los emprendedores podrán seguir aprovechando las oportunidades del crowdfunding basado en donación, recompensa y préstamos para diversos fines. Apoyar la calidad de las plataformas de crowdfunding no financiero y campañas, a la larga, debería dar paso al crowdfunding financiero. Sin embargo, en ambos casos, incrementar el acceso a internet, la disponibilidad de tarjetas de crédito y otros mecanismos de pago en línea, así como promocionar el uso de redes sociales, ayudará a incrementar la adopción del crowdfunding.
- ▶ En la actualidad, México se encuentra en un lugar único para acelerar el desarrollo del ecosistema de crowdfunding, tanto nacional como internacionalmente. Aunque el crowdfunding es una industria que todavía está en ciernes, las condiciones básicas son lo suficientemente adecuadas para permitir que los emprendedores y las pequeñas empresas tengan acceso al financiamiento que cubra sus necesidades. Si se logran realizar avances en el ámbito normativo a corto plazo, es probable que también surjan innumerables posibilidades de inversión. Ciertamente, existen retos que también se deberán encarar. Sin embargo, la creación independiente de la Asociación Mexicana de Crowdfunding, la participación activa de las agencias públicas como el INADEM y las reformas económicas que se están fomentando gracias a la actual administración son señales de optimismo para el éxito a largo plazo del crowdfunding como una herramienta para la innovación, el emprendedurismo, el crecimiento económico y la cohesión social. Además, la cercanía con los mercados capitales de los EE. UU., la cultura emprendedora del país y la infraestructura tecnológica adecuada (aunque inferior a la ideal) han creado un terreno fértil para el cultivo del crowdfunding. Hoy en día, la oportunidad es sólida para que México avance como líder regional al pavimentar el camino para que el crowdfunding se desarrolle en toda América Latina y otros países en vías de desarrollo. No obstante, le corresponderá a las partes interesadas aprovechar la oportunidad que tienen ante ellas.

APÉNDICE I

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Massolution es una empresa líder de consultoría e investigación que se enfoca en el diseño y la implementación de modelos de negocios de crowdsourcing y crowdfunding, así como iniciativas de desarrollo de ecosistemas a nivel nacional, institucional o empresarial. La metodología de investigación de Massolution, conocida como C-STEP™ (crowdsourcing y crowdfunding para la transformación social y el rendimiento económico), la taxonomía de la industria de crowdfunding y las medidas utilizadas en este informe se han desarrollado en el transcurso de varios años de investigación y múltiples acuerdos de asesoramiento tanto en los EE. UU. como a nivel internacional.

C-STEP™: CROWDSOURCING Y CROWDFUNDING PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL Y EL RENDIMIENTO ECONÓMICO

C-STEP™ brinda un marco unificador para la estrategia, el diseño, la implementación y la realización de iniciativas que promuevan el crowdsourcing y crowdfunding. C-STEP™ brinda un conjunto de directrices para:

- ▶ Analizar el problema actual.
- ▶ Definir y evaluar los enfoques para correlacionar la demanda de financiación y la oferta de capital.
- ▶ Analizar y evaluar los enfoques y mecanismos para la implementación en los mercados específicos.
- ▶ Identificar los posibles retos y formular soluciones apropiadas.

Para desarrollar este informe, se llevó a cabo una investigación exhaustiva durante un periodo de cuatro meses, con base en el marco C-STEP™ de Massolution, la cual se apoyó en las siguientes fuentes de información:

1. Datos sobre la industria mundial del crowdfunding obtenidos de la encuesta anual de crowdfunding de Massolution, así como la publicación del Informe de la industria 2013CF .
2. Entrevistas presenciales y recopilación de datos con las principales partes interesadas de los sectores público y privado en México durante julio de 2013.
3. Encuestas de plataformas de crowdfunding mexicanas.
4. Información relevante y revisión de datos secundarios.

1. Datos sobre la industria mundial del crowdfunding obtenidos de la encuesta anual de crowdfunding de Massolution, así como la publicación del Informe de la industria 2013CF⁸⁰.

El Informe de la industria 2013CF brinda un análisis a fondo y único de las tendencias y la composición del mercado de crowdfunding mundial. Las 362 PCF (tanto activas como previas a su lanzamiento) proporcionaron datos, mediante una encuesta en el sitio web de la industria: www.crowdsourcing.org. El porcentaje de respuesta del 45 por ciento tuvo un incremento del 6 por ciento comparado con la Encuesta 2012CF de Massolution, y la calidad de las entregas dieron como resultado un 85 por ciento en el índice de aceptación. Massolution realizó una importante investigación de seguimiento a través de otros canales confiables para completar el perfil de la industria del crowdfunding mundial. Ochenta y cinco por ciento de la estimación total del mercado se explica a través de la investigación primaria y secundaria; el 15 por ciento restante se extrapola al tomar en cuenta las distribuciones regionales y del modelo.

2. Entrevistas con las principales partes interesadas de la industria del crowdfunding en México

La recopilación de datos principales se llevó a cabo mediante una serie de reuniones y talleres presenciales con las principales partes interesadas en la Ciudad de México, del 10 al 12 de julio. Massolution se reunió con las principales partes interesadas para recopilar información y percepciones locales con el fin de entender la dinámica de la industria del crowdfunding emergente, incluidas las percepciones sobre los desafíos y las oportunidades en el mercado local.

3. Encuestas de plataformas de crowdfunding mexicanas

El mercado de PCF actual en México está en ciernes y, como tal, el desarrollo del mercado se encuentra en una etapa inicial, cuando se ve desde el lado de la oferta. En la actualidad, existen aproximadamente 15 PCF que operan con una representación relativamente uniforme en todos los tipos de modelos de crowdfunding. Por consiguiente, si bien el conjunto de datos recopilados de las PCF no será grande en comparación con los mercados desarrollados, será importante para delimitar el panorama y los volúmenes actuales del mercado.

A cada PCF se le envió una encuesta para recopilar información sobre las actividades de las PCF relacionadas con::

- ▶ Propietarios de las campañas
- ▶ Campañas / Proyectos
- ▶ Contribuciones
- ▶ Crowdfunders / Contribuidores
- ▶ Mercado del crowdfunding

Análisis

La investigación realizada condujo a un análisis más amplio de México para aprender más acerca del ambiente empresarial, para saber de qué manera el crowdfunding podría prosperar o verse obstaculizado, así como un análisis a menor escala de las áreas clave en las que se podrían requerir de intervenciones con el propósito de desarrollar el crowdfunding. La investigación y el análisis de este informe se enfocan en cuatro dimensiones del contexto local que se consideran críticamente importantes para el éxito del crowdfunding: la cultura, el ambiente político, los ecosistemas económico y financiero, así como las infraestructuras tecnológicas y empresariales.

80. "2013CF - The Crowdfunding Industry Report."

APÉNDICE II

CASOS DE USO

En esta publicación, se examinan ejemplos de posibles categorías de casos de uso que tienen el propósito de crear una línea de base para el debate de las iniciativas que se podrían apoyar para el desarrollo del ecosistema de crowdfunding en México.

El compromiso mutuo entre las diversas partes interesadas para la implementación sistemática de los casos de uso en una serie de fases se centrará con mayor eficacia en los recursos disponibles. Los primeros logros de los diversos modelos de crowdfunding, a partir de una heterogeneidad de socios, que apoyan una amplia gama de negocios atractivos con historias inspiradoras harán que se sigan impulsando las inversiones en la industria. Construir el ambiente con la colaboración de un grupo diverso de partes interesadas es decisivo para sustentar el crecimiento.

Con el fin de promocionar el crowdfunding, los proyectos deberían considerar estrategias para maximizar la visibilidad de los emprendimientos exitosos. Además, es necesario evaluar el riesgo de fraude y se deben tomar las medidas necesarias para aminorarlo. Para los casos de uso que contribuirían a la creación del ambiente, se consideraron las contribuciones que se harían en las áreas de: infraestructura, tecnología, productos, herramientas, habilidad jurídica, desarrollo de liderazgo, actor del desarrollo, fomento del emprendedurismo y sustentabilidad.

1. PCF de crowdfunding en universidades

Las instituciones académicas son impulsores decisivos del éxito económico y una de las grandes fuentes del desarrollo y éxito de nuevos negocios. La participación de las universidades podría ser valiosa no solo para educar y apoyar a los emprendedores, sino en la investigación de los supuestos y las inversiones esenciales que se hacen en la industria emergente. Un modelo de crowdfunding universitario podría incluir crowdfunding para la investigación, la comercialización de la investigación y el apoyo de los negocios desarrollados mediante programas de gestión a emprendedores y negocios.

2. Iniciativas de aceleradoras e incubadoras de negocios

La educación y las redes de apoyo proporcionadas a través de aceleradoras e incubadoras de negocios ayudan a los propietarios de negocios y emprendedores a fortalecer su capacidad. Esto también aumenta la confianza del mercado, ya que los destinatarios de la inversión de capital privado tendrán los recursos y el apoyo para mantener la rendición de cuentas de los inversionistas. El crowdfunding tiene la única oportunidad de apoyar y ser apoyado por una red de aceleradoras e incubadoras de negocios al integrar una conexión deliberada entre la aceleradora e incubadora.

La atención debería centrarse en desarrollar al emisor localmente, pero a la vez permitirles recaudar capital tanto en el mercado nacional como en el de los Estados Unidos. El perfil de la incubadora proporcionaría la supervisión adicional que se desea y el apoyo operacional para incrementar la confianza del inversionista.

3. Iniciativas de segunda etapa

El éxito del mercado de microfinanzas entre particulares no ha evolucionado junto con el continuo de capital para crear una opción de segunda etapa. La opción de segunda etapa apoyaría la migración del escenario “entre particulares” a uno entre “particular y organización”. Una iniciativa mexicana para conectar la fuente de capital con el motor del crowdfunding podría ser sumamente poderosa.

4. Iniciativas de inversión de impacto

En Estados Unidos y Europa, el crowdfunding se apoyó primero en el ámbito no financiero. Existe un apoyo importante para el crowdfunding en el sector filántropo, lo que crearía una base para el trabajo de crowdfunding basado en valores. Por ejemplo, una sociedad entre una institución de desarrollo y una fundación filantrópica para apoyar un tipo de sitio de crowdfunding híbrido basado en la donación y el préstamo que se enfoque en las zonas rurales de México.

5. Iniciativas de la industria

El alcance del mercado y la capacidad de las grandes industrias de primera clase en México ofrecen una excelente oportunidad para establecer rápidamente y, luego, institucionalizar la manera como funciona el crowdfunding. Se pueden crear sinergias entre las grandes empresas de México y el crowdfunding de las MIPYME mexicanas para desarrollar de manera rápida oportunidades en los sectores de telecomunicaciones, entretenimiento e inmobiliarios.



REFERENCIAS

- "2011 Investment Climate Statement - Mexico." U.S. Department of State. N.p., Mar. 2011. Web. 04 Jan. 2014. <<http://www.state.gov/e/eb/rls/othr/ics/2011/157324.htm>>.
- "2013CF - The Crowdfunding Industry Report."
- "About the Charities Review Council." Charities Review Council. A United Way Funded Agency, n.d. Web. <<http://www.smartgivers.org/AboutUs>>.
- "Accessing the U.S. Capital Markets — A Brief Overview for Foreign Private Issuers." U.S. Securities and Exchange Commission. Office of International Corporate Finance. 13 Feb. 2013. Web. <<http://www.sec.gov/divisions/corpfin/internatl/foreign-private-issuers-overview.shtml>>.
- "Agua Cotidiana." Transformadora Ciel, n.d. Web. <<https://transformadora.ciel.com.mx/P615/agua-cotidiana>>.
- Arregui, Álvaro R.** "Mexico Needs a Venture Capital Industry." Harvard Business Review. Harvard Business Publishing, 24 Oct. 2012. Web. <<http://blogs.hbr.org/2012/10/mexico-needs-a-venture-capital-industry/>>.
- Barnett, Chance.** "Is Equity Crowdfunding Coming To Mexico?" Forbes. Forbes Magazine, 14 May 2013. Web. <<http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/14/is-equity-crowdfunding-coming-to-mexico/>>.
- Barone, Michael.** "Mexico Becomes a Stable, Politically Diverse Neighbor | RealClearPolitics." Real Clear Politics. N.p., 8 Apr. 2013. Web. 04 Jan. 2014. <http://www.realclearpolitics.com/articles/2013/04/08/mexico_becomes_a_stable_politically_diverse_neighbor__117830.html>.
- Bosco, Ben.** "10 Fastest Growing Nations in Internet Use." TMCnet. Ed. Alisen Downey. N.p., 17 June 2013. Web. <<http://www.tmcnet.com/topics/articles/2013/06/17/342243-10-fastest-growing-nations-internet-use.htm>>.
- Bruhn, Miriam.** "Who Are Informal Business Owners?" Weblog post. Blogs.worldbank.org. The World Bank Group, 19 Mar. 2012. Web. 04 Jan. 2014. <<http://blogs.worldbank.org/allaboutfinance/who-are-informal-business-owners>>.
- Brulliard, Karin.** "In Tale of Millionaire Drug Suspect, Mexicans Judge Government Guilty." Washington Post. The Washington Post, 29 July 2007. Web. 01 Jan. 2014.
- Brunetti, Kisunko and Weder.** "International Obstacles to Doing Business: Region-wide results from a Worldwide Survey of the Private Sector." World Bank Development Report. 1997. <http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/IW3P/IB/2000/02/24/000009265_3971110141322/Rendered/PDF/multi_page.pdf>.
- Bureau of Democracy, Human Rights and Labor Religious Freedom. "International Religious Freedom Report for 2012." Publication. N.p.: United States Department of State, n.d. Print.
- "Buyer Penetration Still Lags in Mexico's Emerging Ecommerce Market." - EMarketer. N.p., 24 Jan. 2013. Web. <<http://www.emarketer.com/Article/Buyer-Penetration-Still-Lags-Mexicos-Emerging-Ecommerce-Market/1009626>>.
- Camp R.A.** "Entrepreneurs and Politics in Twentieth-Century Mexico." 1989. Oxford University Press.
- Camp, Roderic A.** "Los Empresarios y La Política en México: Una Visión Contemporánea." México: Fondo De Cultura Económica, 1990. Print.

- Carrasco, Fernando P., Dr, and Maite Lot.** "Family Culture in Mexico and The Well-Being of the Population." Pontificium Consilium Pro Familia. Vatican, 2006. Web. <http://www.familiam.org/pls/pcpf/v3_s2ew_consultazione.traduzione?id_pagina=2569>.
- "Chilean Students Win Intel Award in Silicon Valley Entrepreneurship Experience." Intel. IntelPR, 9 Oct. 2013. Web. 04 Jan. 2014. <http://newsroom.intel.com/community/intel_newsroom/blog/2013/10/09/chilean-students-win-intel-award-in-silicon-valley-entrepreneurship-experience>.
- "Clases Medias en México." Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México. Boletín de Prensa Num 256/13. 12 June 2013. <<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/Especiales/2013/junio/comunica6.pdf>>.
- "Corruption Perceptions Index 2013." Corruption Perceptions Index 2013. Transparency International, 2013. Web. <<http://cpi.transparency.org/cpi2013/results/>>.
- "Crowdfunding's Potential for the Developing World." 2013. infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank.
- "Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises." Washington, DC: World Bank Group. 2013.
- "EB-5 Immigrant Investor." Homepage. US Department of Homeland Security, 03 July 2012. Web.
- Eiger, Ze'ev D.** "Frequently Asked Questions about Regulation S." Mofo. Morrison & Foerster LLP, 2013. Web. 03 Oct. 2013.
- Esposti, Carl N.** "Crowdfunding." Crowdsourcing.org. Massolution, 4 Oct. 2008. Web. 03 Jan. 2014. <<http://www.crowdsourcing.org/community/crowdfunding/7>>.
- Estevez, Dolia.** "Wealthy Mexicans' Investment In The United States Sharply Up in 2012." Forbes. Forbes Magazine, 10 June 2013. Web. <<http://www.forbes.com/sites/doliaestevez/2013/06/10/wealthy-mexicans-investment-in-the-united-states-sharply-up-in-2012/>>.
- Farfán, Gabriel.** "Extended Families across Mexico and the United States." Duke University, 2013. Web. <<http://paa2013.princeton.edu/papers/132333>>.
- "Federal Government to Invest 9 Billion Pesos to Support 300 000 Entrepreneurs: Enrique Peña Nieto." Mexico: Presidencia De La Republica. National Development Program, National Library, 8 Dec. 2013. Web. <<http://en.presidencia.gob.mx/articles-press/federal-government-to-invest-9-billion-pesos-to-support-300-000-entrepreneurs-enrique-pena-nieto/>>.
- Garcia- Herrero, Alicia,** Chief Economist Emerging Markets BBVA. "Investing in Mexico: Challenges and Opportunities." BBVA Research. N.p., 14 Sept. 2011. Web. <http://www.bbva.com/KETD/fbin/mult/110914_PresentationsMexico_76_tcm348-269041.pdf?ts=292013>.
- "GNI per Capita, PPP (current International \$)." World Development Indicators. The World Bank, 2013. Web.
- Guthrie, Amy.** "Mexico Financial Reform Seen Improving Credit Data, Collections." Online WSJ. Dow Jones & Company, Inc., 17 Apr. 2013. Web.
- "Hábitos de los usuarios de internet en México". Research Report. 2011. Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).
- Hughes, Krista.** "Mexico Aims to Bring Shadow Economy Into the Light." Reuters. Ed. Phil Berlowitz. Thomson Reuters, 26 June 2013. Web. <<http://www.reuters.com/article/2013/06/26/us-mexico-economy-informal-idUSBRE95P09C20130626>>.
- "Index of Economic Freedom 2014." Mexico. Heritage Foundation in Partnership with the Wall Street Journal, n.d. Web.



"Indicadores Oportunos de Ocupación y Empleo: Cifras Preliminares Durante Diciembre de 2013." Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México. Boletín de Prensa Num 11/14. 17 January 2014. <<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/ocupbol.pdf>>.

"Internet Users in Mexico Embrace Online Entertainment." - EMarketer. N.p., 4 May 2013. Web. 04 Jan. 2014. <<http://www.emarketer.com/Article/Internet-Users-Mexico-Embrace-Online-Entertainment/1009023>>.

Jeffrey Puryear, Lucrecia Santibañez, and Alexandra Solano. "A New Vision for Mexico 2042: Achieving Prosperity for All." <<http://www.thedialogue.org/PublicationFiles/EducationinMexico0322.pdf>>.

Juárez, Renato. "Hábitos De Los Usuarios De Internet En México 2013." Rep. Mexico: Asociación Mexicana de Internet, 2013. Print.

Lerro, Alessandro M. "Protections Offered to Investors Under Italy's Equity Crowdfunding Law." www.crowdsourcing.org. N.p., 2 Aug. 2013. Web. <<http://www.crowdsourcing.org/editorial/protections-offered-to-investors-under-italys-equity-crowdfunding-law/27455>>.

Loser, Claudio M., J. Fajgenbaum, and Harinder S. Kohli. A New Vision for Mexico: Achieving Prosperity for All. New Delhi: SAGE, 2012. Print. <<http://www.thedialogue.org/PublicationFiles/EducationinMexico0322.pdf>>.

Lucchesi, Cristiane. "Itau BBA Hires Mexico CEO With Plan to Open Broker-Dealer." Bloomberg. Ed. Peter Eichenbaum. N.p., 1 Dec. 2013. Web. <<http://www.bloomberg.com/news/2013-12-02/itau-bba-hires-mexico-ceo-with-plan-to-open-broker-dealer.html>>.

Madsen, William. "Mexican-Americans of South Texas." New York: Holt, Rinehart and Winston, 1973. Print.

Maldonado R., Hayem, M. "Remittances to Latin America and the Caribbean in 2012: Differing behavior across subregions", Multilateral Investment Fund, Inter-American Development Bank. Washington, D.C., 2013.

Maldonado R., Hayem, M. "Remittances to Latin America and the Caribbean in 2012: Differing behavior across subregions", Multilateral Investment Fund, Inter-American Development Bank. Washington, D.C., 2013.

McKnight, D., & Chervany, L. "What trust means in e-commerce customer relationships: An interdisciplinary conceptual typology." 2002. International Journal of Electronic Commerce, 6(2), 334-361.

McKnight, D., and L. Chervany. "What Trust Means in E-commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology." International Journal of Electronic Commerce 361st ser. 6(2).334 (2002): n. pag. Web.

"Mexico Consumer Confidence." Mexico Consumer Confidence. Trading Economics, 2013. Web.

"Mexico Overview." The World Bank, n.d. Web.

"Mexico: How's Life." OECD Better Life Index. OECD, n.d. Web. <<http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/mexico/>>.

"Mexico: Key Issues and Policies." OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, OECD Publishing. 2013.

"Middle Class in Mexico." Instituto Nacional De Estadística Y Geografía, 12 June 2013. Web. <<http://www.inegi.org.mx>>.

"MIF Invests in Mexican Venture Capital Fund to Support Education, Financial and Retail Services." Inter-American Development Bank. N.p., 2 Aug. 2012. Web. <<http://www.iadb.org/en/news/news-releases/2012-08-02/mexican-venture-capital-fund-impact-investing%2C10078.html>>.

"MIF Invests in Mexican Venture Capital Fund to Support Education, Financial and Retail Services." News Releases. Multilateral Investment Fund. Inter-American Development Bank, 02 Aug. 2012. Web. <<http://www.iadb.org/en/news/news-releases/2012-08-02/mexican-venture-capital-fund-impact-investing,10078.html>>.

Moore, Michael J. "Goldman Sachs to Open Broker-Dealer in Mexico Next Year." Bloomberg. Ed. David Scheer and Christine Harper. N.p., 22 Oct. 2013. Web. 04 Jan. 2014. <<http://www.bloomberg.com/news/2013-10-22/goldman-sachs-to-open-broker-dealer-in-mexico-next-year.html>>.

"OECD Rural Policy Reviews: Mexico." OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development, 29 May 2007. Web. <<http://www.oecd.org/gov/oechruralpolicyreviewsmexico.htm>>.

O'neil, Shannon K. "Mexico Makes It: A Transformed Society, Economy, and Government." Global. Foreign Affairs Magazin, Mar.-Apr. 2013. Web. <<http://www.foreignaffairs.com/articles/138818/shannon-k-oneil/mexico-makes-it>>.

Perez, Pablo, and Rich Mueller. "Mexico." Latin Lawyer. Law Business Research Ltd, 27 Feb. 2013. Web. <<http://latinlawyer.com/reference/topics/49/jurisdictions/16/mexico/>>.

"Poll: 71% of Mexicans Don't Trust Their Local Cops." Politics. Fox News Latino, 18 July 2012. Web. <<http://latino.foxnews.com/latino/politics/2012/07/18/poll-71-pct-mexicans-dont-trust-their-local-cops/>>.

"Protecting Investors." Doing Business. International Finance Corporation. The World Bank, 2013. Web. <<http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/protecting-investors>>.

Quacquarelli, Nunzio; Byrne, Danny. "QS Global 200 Business Schools Report." 2012/2013. QS Quacquarelli Symonds Ltd 2012.

Ramirez-Verdugo, Arturo R. "Tax Incentives and Business Investment: New Evidence from Mexico." Munich Personal RePEc Archive. Protego, Public Finance, 17 Mar. 2007. Updated: 14 February 2013. Web. <<http://mpa.ub.uni-muenchen.de/2291/>>.

"Report of the VISA Office 2010 - Immigrant Visas Issued and Adjustments of Status." U.S. Department of State. Bureau of Consular Affairs, 2011. Web. <<http://travel.state.gov>>.

Romero, Henry. "Tax Hikes, Security Dent Mexican President's Approval Rating: Poll." Reuters. Thomson Reuters, 01 Dec. 2013. Web. 2012. <<http://www.reuters.com/article/2013/12/01/us-mexico-poll-idUSBRE9B00C420131201>>.

Ross, Catherine E., John Mirowsky, and William C. Cockerham. "Social Class, Mexican Culture, and Fatalism: Their Effects on Psychological Distress." American Journal of Community Psychology 11.4 (1983): 383-99. Print.

Rostro, Francisco. "General Diagnosis of Mexican SME's from the Perspective of the Marketing Practices Efficiency." Concyteg.gob.mx. N.p., Nov. 2010. Web. 4 Jan. 2014. <http://www.concyteg.gob.mx/ideas-Concyteg/Archivos/65062010_GENERAL_DIAGNOSIS_MEXICAN_SME_PERSP_MKT_PRAC EFFIC.pdf>.

Rostro, Francisco. "General Diagnosis of Mexican SME's from the Perspective of the Marketing Practices Efficiency: The Importance of Strategic Market Planning as a Source of Competitive Advantage Creation." November 2010. <http://www.concyteg.gob.mx/ideasConcyteg/Archivos/65062010_GENERAL_DIAGNOSIS_MEXICAN_SME_PERSP_MKT_PRAC EFFIC.pdf>.

"Security." Investopedia. Investopedia US, n.d. Web. 03 Feb. 2014.

"Society at a Glance 2011." OECD ILibrary. Organisation for Economic Co-operation and Development, 12 Apr. 2011. Web. 04 Jan. 2014. <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/soc_glance-2011-en/08/01/g8_co1-01.html?contentType=>>.



Southwick, Natalie. "Norton Says Cyber Crime Costs Mexico \$3B Per Year." Organized Crime in the Americas. InSightCrime, 6 Dec. 2013. Web. <<http://www.insightcrime.org/news-briefs/cyber-crime-cost-mexico-%242b-in-2012-report>>.

"STXNEWS LATAM-BTG Pactual Wins Approval for Mexico Broker Dealer Shop." Yahoo Finance. N.p., 14 Oct. 2014. Web. <<http://finance.yahoo.com/news/stxnews-latam-btg-pactual-wins-024648811.html>>.

"Tarjeta De Crédito Clásica." El Banco Nacional De México, n.d. Web. <https://www.banamex.com/es/personas/tarjetas_credito/ver_tarjetas/puntos_efectivo/clasica.htm>.

Terry, Miller, Ambassador, Kim R. Holmes, Ph.D., James M. Roberts, and Anthony B. Kim. "2013 Index of Economic Freedom." The Heritage Foundation. The Heritage Foundation, 10 Jan. 2013. Web. 01 Jan. 2014. <<http://www.heritage.org/index/country/mexico>>.

Thompson, Adam. "Aztec Tiger Begins to Sharpen Its Claws." Financial Times. June 27, 2013.

Tucker, Duncan. "Mexican Reform Aim to Streamline Start-Up Formation." Global Delivery Report. N.p., 22 Feb. 2012. Web. 04 Jan. 2014. <<http://globaldeliveryreport.com/mexican-reforms-aim-to-streamline-start-up-formation/>>.

United States. Cong. House. Congressional Research Service. GovTrack.us. 112th Cong. HR 3606. Congressional Research Service, 4 May 2012. Web. <<https://www.govtrack.us/congress/bills/112/hr3606#summary>>.

"UNODC Homicide Statistics." United Nations Office on Drugs and Crime, n.d. Web. 02 Jan. 2014. <<http://www.unodc.org/unodc/en/data-and-analysis/homicide.html>>.

Villagran, Lauren. "For Most Mexicans, the Digital Age Is Still out of Reach." The Dallas Morning News. N.p., 16 Jan. 2012. Web. 04 Jan. 2014. <<http://www.dallasnews.com/news/nationworld/mexico/20120116-for-most-mexicans-the-digital-age-is-still-out-of-reach.ece>>.

"Voter Turnout Data for Mexico." Voter Turnout Data for Mexico (Parliamentary, Presidential). International Institute for Democracy and Electoral Assistance, n.d. Web. 04 Jan. 2014. <<http://www.idea.int/vt/countryview.cfm?CountryCode=MX>>.

Webber, Jude. "Christmas Cheer for Mexico." Financial Times. December 20, 2013.

"Why Has Mexico Been Unable to Reap the Rewards of Globalization?" World Savvy Monitor, n.d. Web. 01 Jan. 2014. <http://worldsavvy.org/monitor/index.php?option=com_content>.

"Women's Entrepreneurship in the Americas (WEAmericas)." U.S. Department of State. U.S. Department of State, 16 Oct. 2012. Web. <<http://www.state.gov/r/pa/prs/ps/2012/10/199202.htm>>.

Wood, Duncan. "Turn Up the Gas on Mexico's Energy Revolution." Bloomberg.com. Bloomberg, 14 Aug. 2013. Web. 04 Jan. 2014. <<http://www.bloomberg.com/news/2013-08-14/turn-up-the-gas-on-mexico-s-energy-revolution.html>>.

"World Internet Users Statistics Usage and World PopulationStats." World Internet Users Statistics Usage and World PopulationStats. Miniwatts Marketing Group, 30 June 2012. Web.

Young, Lord, Enterprise Advisor. "Make Business Your Business: Supporting the Start-up and Development of Small Business." Gov.Uk. Department for Business, Innovation & Skills, 28 May 2012. Web. 04 Jan. 2014. <<https://www.gov.uk/government/publications/support-available-for-small-business-start-ups-analysis>>.



FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

1300 New York Avenue, N.W., Washington, D.C. 20577

 mifcontact@iadb.org

 www.facebook.com/fominbid

 www.twitter.com/fominbid

www.fomin.org



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID